

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA



Progetto Qua_si

CORSO DI DOTTORATO IN SOCIETÀ DELL'INFORMAZIONE

**SUDAFRICA 2010: MEDIA, STADI E FOLLA.
ETNOGRAFIE E INTERAZIONI IN UN
EVENTO GLOCALE**

Tesi di Dottorato di Sara Ferrari

Tutor: Chiar.mo Prof. Ugo Fabietti

Dipartimento di Scienze Umane per la Formazione “Riccardo Massa”

Co-Tutor: Chiar.ma Prof.ssa Stefania Bandini

Dipartimento di Informatica, Sistemistica e Comunicazione

Ciclo XXIV

Anno Accademico 2010-2011

To our *Good Hope*
in the *Cape*

INDICE

<u>Introduzione</u>	<u>11</u>
----------------------------	------------------

PARTE I: SUDAFRICA 2010. FRA MEDIA E IDENTITÀ

Capitolo 1 : Interrogativi, pratiche e luoghi metodologici

1.1	Il campo: problematiche di luogo.....	17
1.1.2	Verso un campo multi-situato e mediatico.....	19
1.2	Dall’audience sportiva alla (de)costruzione d’immaginari.....	24
1.3	Pre-comprensioni e riflessività.....	29
1.4	Metodologia nello studio delle folle.....	33
1.4.1	La folla come fenomeno di comunicazione.....	37

Capitolo 2: L’evento e i riflettori internazionali. Genesi, attese e neo-colonialismi nel primo Mondiale di calcio in Africa

2.1	Mzansi: dal boicottaggio al centro del mondo.....	39
2.1.1	Il film <i>Invictus</i> : rappresentazione pre-Mondiale.....	41
2.1.2	Divisioni interne e boicottaggio internazionale.....	43
2.1.3	Apartheid vecchi e nuovi.....	47
2.2	Genesi dell’evento: fra istituzioni, politica ed economia.....	48

2.2.1 L'istituzione sportiva globale.....	48
2.2.2 L'Africa entra nel mercato del pallone.....	51
2.2.3 Retoriche neo-coloniali e “sviluppo”: fra critiche e delusioni.....	53
2.3 Fra emozioni e contraddizioni.....	59
2.3.1 Contraddizioni del calcio.....	59
2.3.2 Non è un Mondiale per poveri.....	61
2.3.3 Entusiasmi collettivi.....	64
2.4 2010: Euro-centrismo africano	66
2.4.1 Time for Africa has come	66
2.4.2 L’attesa: critiche e conto alla rovescia	70
2.4.3 Preoccupazioni locali e afro-pessimismo mediatico.....	73
2.5 Fra il blog e il diario di campo. Il Sudafrica aspetta il mondo	
Sensazioni, parole e sentimenti collettivi a due settimane dal calcio d’inizio.....	77

Capitolo 3: Media, Sport e Identità post-apartheid 81

3.1 Mass-Media dal vecchio al nuovo Sudafrica: panoramica.....	82
3.1.1 I media come metafora della Nazione Arcobaleno.....	82
3.1.2 Il Mondiale televisivo.....	84
3.1.3 Questioni identitarie nella stampa e in radio.....	88
3.2 South African Tabloids.....	90
3.2.1 Prodotti stampa identitari.....	90
3.2.2 Audience etnica e notizie sportive.....	94
3.3 Nation Building attraverso etnicità, narrazioni dei media e orgoglio	
africano.....	96
3.3.1 Il Mondiale: un’occasione identitaria.....	96

3.3.2 Sguardi dall'esterno.....	100
3.4 <i>The hand of God</i> : il sogno infranto di un continente.....	104
3.5 Identità sportive: sui Bafana Bafana a Cape Town.....	108
3.5.1 Illusione estetica di unità.....	108
3.5.2 La partita fra bianchi-neri-coloureds.....	110

Capitolo 4: Eventi mediali del calcio glocalizzato **117**

4.1 Sul concetto di evento mediale.....	118
4.1.1 Una nuova immagine del Sudafrica.....	118
4.1.2 Competizione, Conquista, Incoronazione.....	120
4.1.3 Un evento cerimoniale totale.....	124
4.2 E' la stampa sportiva bellezza!.....	127
4.2.1 Paradossi nel giornalismo sportivo.....	127
4.2.2 Sudafrica 2010, argomenti nella stampa italiana.....	132
4.2.3 Comunità nazionale, prigionieri e sport.....	137
4.3 Dibattiti globali sulla vuvuzela.....	140
4.4 Chi controlla i controllori?.....	145
4.4.1 Libertà di stampa e FIFA.....	146
4.4.2 The Right to Know.....	149

Capitolo 5: *World Cup Legacy*: fra media action, elefanti bianchi e memorie collettive **153**

5.1 Solo un <i>momentum</i> rituale.....	154
--	-----

5.1.1 Calcio, memoria storica e identità: <i>Fields of Play</i>	157
5.1.2 Il passato è un immaginario lontano.....	159
5.1.3 Xenofobia post-Mondiale.....	162
5.2 Un “futuro sostenibile” per gli stadi.....	167
5.3 Fra media e società civile: <i>Lead South Africa</i>	170
5.3.1 Fra il blog e il diario di campo. Cosa resta dei Mondiali in Sudafrica: tra media action, libertà di stampa a rischio e scioperi.....	172

PARTE II : FOLLE, STADI E CONTESTI

CULTURALI **177**

Capitolo 6: Folle Mondiali e interazioni **179**

6.1 Etnografia e informatica: scenari.....	181
6.2 Eventi mediali affollati.....	183
6.2.1 Dai telespettatori alla folla reale.....	184
6.2.2 Folle “etniche”: il rugby a Soweto.....	188
6.3 Schermi e interazioni: il Fan Park.....	192
6.4 Cape Town: folle organizzate.....	199
6.4.1 Camminare verso lo stadio.....	200
6.4.2 Biglietti per lo stadio e <i>digital divide</i>	205
6.5 Da Canetti alle emozioni.....	212
6.5.1 Emozioni come parametri d’interazione.....	216

Capitolo 7: Allo stadio e in TV: osservazioni e comparazioni

fra Italia e Sudafrica **219**

7.1 Stadi e sicurezza: fra Italia e Sudafrica.....	220
7.1.1 Spazi (in)sicuri.....	222
7.1.2 La situazione italiana, fra “calcio moderno” e Tessera del Tifoso.....	225
7.1.3 Schermi e incidenti negli stadi.....	233
7.2 <i>Welcome Home</i> : lo stadio come luogo identitario.....	238
7.3 Gli stadi iconici del Mondiale sudafricano.....	243
7.3.1 Cape Town: fra la Table Mountain e l’oceano, lo stadio.....	247
7.3.2 Eventi test nel luogo reale.....	251
7.4 Athlone Stadium e le telecamere televisive.....	259
7.5 Fra il blog e il diario di campo. <i>Supporters from South Africa</i> : fra il Rugby e il Football , due stadi e differenti stili di vivere lo spettacolo sportivo.....	263

Conclusioni **267**

Appendice: Risorse online d’informazione/interazione e ricerca sui campi di calcio **271**

Bibliografia **275**

Filmografia **293**

Introduzione

La multidisciplinarietà ci porta ad affrontare sfide interessanti, ma ci costringe a riflettere costantemente sulle nostre “costanti” metodologiche e disciplinari. Nei tre anni di Dottorato spesso mi sono trovata di fronte a interrogativi metodologici insiti nell’argomento stesso della mia ricerca denominato sinteticamente il **primo Mondiale di calcio in Africa**. *South Africa 2010* è stato interpretato da diverse angolature come le rappresentazioni mediatiche dell’evento sportivo e le dinamiche della folla nei luoghi di ritrovo per le partite. Il tentativo di convergenza dei vari argomenti trattati è sempre stato presente, talvolta spinto da timori legati all'apparente diversità delle tematiche trattate in questo lavoro. Tematiche che invece trovano nell'oggetto di studio il loro filo conduttore.

Man mano proseguivo nella ricerca sul campo, svoltasi a Cape Town da gennaio ad agosto 2010 e da dicembre 2010 a febbraio 2011, mi rendevo conto di come alcuni principi metodologici legati al lavoro classico dell'etnografo andavano rivisti, reinterpretati o “messi fra parentesi”. Un’ operazione intellettuale necessaria dato l’oggetto stesso della ricerca, un Mondiale di calcio nei suoi significati più profondi, interrelati alle dimensioni identitarie o alle dinamiche organizzative, in un contesto altamente complesso, il Sudafrica, Paese che più di altri mal si presta a essere racchiuso in linee teoriche definite.

A livello teorico una delle difficoltà più rilevanti nel lavorare in Sudafrica è stata per me relativa al come ri-costruire delle categorie razziali che nella mia storia intellettuale precedente avevo completamente de-costruito, nel tentativo di pensare un’ umanità universale che prescindere dal colore della pelle. I riferimenti ai neri, agli afrikaners di discendenza boera o al coloured, hanno significato spesso rappresentazioni razziali imprescindibili e “strutturanti” i punti di vista dei soggetti attivi nella mia ricerca. Come vedremo anche la Nazionale di calcio sudafricana, i Bafana Bafana¹, incarna sia il Sudafrica Democratico, il *New South Africa*, sia le divisioni interne alla “Nazione Arcobaleno”.

¹ Dalla lingua zulu “ragazzi, ragazzi”

Anche nell'interpretare un Mondiale di calcio è stato quindi impossibile dimenticare l'apartheid, come fuorviante dimenticare che il Sudafrica è una Democrazia di sedici anni, e che soli ventuno anni sono trascorsi dalla liberazione di Nelson Madiba Mandela, icona universale di Pace, Tolleranza, Perdono e Riconciliazione, quello stesso Madiba che fortemente ha creduto nel potere identitario e di unificazione nazionale insito nell'ospitare il Mondiale di calcio.



Figura 0.1: cartina del Sudafrica con indicati gli stadi ospitanti i Mondiali 2010
(Copyright www.mapsofworld.com)

Oltremodo interessante, come vedremo nella seconda parte di questo lavoro, dedicata allo studio della folla al seguito dell'evento, è stato osservare come l'audience dei media diventi folla reale, e come tale folla interagisca all'unisono di fronte a un mega schermo dove viene proiettato lo spettacolo "globale". Metodologicamente, nel contesto della folla, mi sono basata sull'osservazione partecipante, altro principio metodologico indispensabile e insostituibile. Il primo Mondiale di calcio in Africa è stato quindi un evento mediale e reale. Nello studio antropologico del calcio diventa oggi necessario riferirsi anche alla

sua dimensione mediale, veicolata dagli schermi del calcio spettacolo e dei mass media globali. La seconda parte di questa Tesi ci porta invece alla dimensione reale delle pratiche collettive agenti intorno a un Mondiale di calcio: le pratiche della folla nelle strade, nelle piazze, e di fronte agli schermi dello spettacolo “glocale”.



Figura 0.2: cartina di Cape Town (dal sito www.cybercapetown.com)

PARTE PRIMA

SUDAFRICA 2010. FRA MEDIA E IDENTITA'

To my mind only a fool would pretend
to understand comprehensively what
South Africa is really about, or be objective
and far sighted enough to glimpse its future course

Breyten Breytenbach, *Return to Paradise*, 1993

Beati coloro che non s'intendono né aspirano ad intendersi di
calcio, perché di essi è il regno della tranquillità
[...]

Beati coloro che non sono riusciti a comprare la
televisione a colori in tempo per seguire la Coppa del Mondo,
perché, assistendovi dall'apparecchio del vicino, soffriranno senza
pagare venti rate per la sofferenza

Carlos Drummond de Andrade, *Sermone della Pianura (da
non ascoltare)*, 1974

CAPITOLO 1

Interrogativi, pratiche e luoghi metodologici

Una ricerca di Dottorato che si proponga di affrontare l'analisi antropologica di un Mondiale di calcio non può prescindere dalle sue eterogenee e differenti dimensioni. Esiste infatti un Mondiale reale, quello dei luoghi dove le folle si ritrovano per seguire la partita e “celebrare la Nazione”, e un Mondiale mediatico, che a livello locale e internazionale veicola rappresentazioni, identità e forme di conoscenza.

Gli interrogativi metodologici diventano quindi numerosi. Rimanendo sempre ben distante dalla ricerca di paradigmi definitivi ho cercato in questo lavoro di considerare le diverse dimensioni del “campo”, concetto che, soprattutto nell'antropologia dei media, non può essere riduttivamente definito in termini spazio-geografici.

1.1 Il campo: problematiche di luogo

Il campo, dalla partenza al periodo di ricerca in cui l'antropologo s'immerge completamente, fino al ritorno alla vita accademica, è stato considerato fondamento epistemologico e necessaria dimensione esperienziale della conoscenza antropologica. Paul Rabinow (1997: 3 in Matera 2006:104) commenta così l'importanza e la **ritualità del campo**:

Nel Dipartimento di Antropologia dell'Università di Chicago, il mondo era diviso in due categorie di persone: quelli che avevano fatto ricerca sul campo e quelli che non l'avevano fatta. Questi ultimi non erano “veri” antropologi, a prescindere da ciò che conoscevano di antropologia.

La dimensione temporale, che divide il periodo sul campo dai tempi della scrittura, coincidenti con il “ritorno a casa” dell’antropologo, è dunque una sorta di legittimante scientifico, un “rito di passaggio” che avvicina l’idea di campo a quella di laboratorio, per ravvicinare in tal modo l’antropologia culturale al modello positivistico delle scienze naturali. L’antropologo quindi, andando sul campo e situandosi così **spazialmente e fisicamente entro i confini del suo contesto di ricerca**, crea un sapere che in un certo senso si legittima attraverso l’alterità del luogo e l’immersione in un altrove; luoghi dell’altrove nella nostra contemporaneità spesso interrelati in quelle globalità che Appadurai (1996) teorizza nei *Mediascapes*²:

Quel che vorrei proporre è che iniziamo a pensare alla configurazione delle forme culturali nel mondo odierno come sostanzialmente frattale, cioè priva di confini euclidei, strutture o regolarità. Come faremo a comparare forme culturali frattali che inoltre si sovrappongono nella loro copertura dello spazio terrestre? (*ibid.*: 69)

Il campo viene quindi in parte ridefinito, attraverso la perdita dei suoi confini fisico-geografici ben delimitati; la copertura dello spazio terrestre è, del resto, oggi prerogativa delle reti virtuali e mediatiche. Come ridefinire allora, a livello metodologico più che teorico, l’ideale dell’immersione nel campo, per l’antropologo quasi una sfera esistenziale separata rispetto all’ “ordinarietà” della vita professionale nel proprio contesto di “partenza” ?

La domanda mi tormenta da diversi anni, da quando iniziai a fare ricerca sulle pratiche dello sport fra i migranti nelle periferie del Nord Milano: in quel periodo la questione era relativa alle dinamiche soggettive di ricerca in un contesto vicino a casa e, tornando al “vero” antropologo di Rabinow, l’interrogativo principale verteva su come un campo “meno esotico” potesse essere considerato alla stregua

² Nella traduzione italiana *mediascape* è tradotto con *mediorama*. Appadurai individua in quelli che definisce come *etnoram*, *finanziorami*, *tecnoram*, *mediorami* e *ideoram* differenti correnti o flussi lungo cui si può osservare il movimento del materiale culturale attraverso i confini (2006: 68).

di un campo “meno antropologico”.

1.1.2 Verso un campo multi-situato e mediatico

Durante il “campo” nella città di Cape Town è apparsa subito evidente l’esigenza di interrelate i significati e le pratiche locali con significati più globali veicolati tramite i media sudafricani e internazionali, significati che spesso venivano esternati nelle narrazioni degli informatori (o soggetti attivi nella ricerca, definizione che preferisco poiché rimanda alla dinamicità della relazione antropologo-informatore).

Del resto, studiare fenomeni che ruotano attorno allo sport, nella sua universalità di evento mediatico, appare ancora più complesso se ci si limita alla geografica dimensione locale.

Nella discussione dell’idea di campo appare quindi necessario considerare il dibattito che riguarda la possibilità, l’auspicabilità o l’inopportunità di un’**etnografia multi-situata** (Marcus, 1995; Gupta e Ferguson, 1997).

Pink, Caputo, Dyck, Knowles, Rapport, Norman, (in Amit, 2000) ragionano su come le loro esperienze di ricerca etnografica “*at home*” si siano mischiate con le loro autobiografie e le questioni metodologiche inerenti il lavorare a etnografie multi-situate. Così Sarah Pink (*ibid.*: 96) riferendosi al suo lavoro sul transnazionalismo degli studenti spagnoli scrive:

This project, to which new technologies became central, was characterized by an unconventional ethnographic narrative and a deconstruction of personal/professional boundaries. It promoted a particular consciousness of the arbitrary nature of definitions of both self and research.

Allo stesso modo, l’ “onda lunga”, il ricordo del Mondiale sudafricano appare dopo mesi dal suo svolgimento nei post di commento di alcuni informatori

“amici” nel tramite dei social-network, nei filmati di commento di Youtube, nella consultazione della stampa o nell’ascoltare i canali radio sudafricani online. Commenti e ricordi in rete che possono divenire informazione etnografica in un campo dai confini sempre meno spazialmente delimitati.

Ma, è anche necessario tener presente che, in Sudafrica meno che in altri Paesi africani, nelle township più che nel City Bowl³ di Cape Town, il *digital divide* impone di essere considerato anche nell’interpretazione di racconti e narrative sociali, sia per le diseguali possibilità di accesso all’informazione da parte di differenti soggetti attivi nella ricerca, sia nel rapporto stesso con essi, il quale, in base alle differenti possibilità di accesso a internet, può o meno proseguire una volta che l’antropologo è “a casa”.

Metodologicamente non possiamo inoltre non considerare la questione della **riflessività** nel lavoro dello scienziato sociale. Adottarla come prospettiva metodologica significa uscire dalla “cospirazione del silenzio” (Berreman, 1962 in Malighetti, 2004:2) sulle modalità di costruzione, interazione e negoziazione attive nel lavoro sul campo. In questo senso gli eventi personali e le interazioni soggettive fra l’antropologo e i suoi informatori vanno sicuramente a modificare le pratiche di ricerca. L’esserne consapevoli è l’unica strategia metodologica onesta e, se vogliamo, “scientifica”. Ciò implica inoltre la piena consapevolezza dei mezzi tecnologici coi quali comunichiamo, c’informiamo e prolunghiamo, attraverso la modalità virtuale, interazioni nate sul “campo reale” della ricerca.

Una questione fondamentale che emerge, in linea teorica, è inoltre relativa al se l’antropologia dei media possa trovare un proprio metodo e una propria dimensione spaziale nell’idea di multi-località del campo quando esso, virtualizzandosi negli schermi tv o nella rete internet, non è più un sito geografico, un villaggio o un contesto ben localizzabile, bensì un **luogo dell’immaginario**, uno spazio dove le informazioni circolano costruendo nuovi modi di interazione e complesse reti di significato.

³ Per City Bowl s’intende il centro città, zona di Cape Town dove sono concentrati uffici, negozi di catene internazionali e mercati informali

Nel dibattito sulla multi-località etnografica Candea (2007) auspica l'abbandono dell'ideale, secondo lui impraticabile, di un'etnografia multi-situata, la quale porterebbe ad una visione olistica globale, invece che locale, e altresì problematica. Suggerisce quindi di concentrarsi esclusivamente sul contesto locale e, difendendo l'attribuzione di confini arbitrari al proprio campo di ricerca (per Candea un villaggio nel nord-ovest della Corsica, che definisce con lo pseudonimo Crucetta), propone di considerare il proprio campo, ben delimitato spazialmente, come una parziale "finestra sul mondo", incompleta ma esente dal rischio di generalizzazione. E' una prospettiva interessante ma personalmente impraticabile, sia per indole professionale (o personale) che mi spinge verso una necessaria considerazione di diversi ed eterogenei punti di vista (questione complessa in Sudafrica, dove spesso tale eterogeneità sembra strutturarsi sulle costruzioni razziali dell'apartheid), sia perché fare ricerca in una prospettiva interdisciplinare, che ha il proprio cardine teorico nell'antropologia dei media, implica l'osservazione di chi la "finestra sul mondo" dell'oggetto "Mondiale di calcio" la struttura ideologicamente.

In modo più prosaico Falzon (2009) ritiene che l'emergere di etnografie multi-situate e la necessaria loro teorizzazione derivi dalla duplicità dei tempi accademici fra didattica e ricerca. Secondo la sua critica il ricercatore userebbe la teorizzazione dell'etnografia multi-situata come *escamotage* per considerare lavoro sul campo anche dei brevi trascorsi temporali in luoghi diversi, senza troppe complicanze metodologiche.

A parer mio, significativa nel dibattito è l'affermazione di **Marcus** (1998:6):

However, the importance of multi-sited strategies as a research imaginary [...] rather than a set of methods that are very specifically prescriptive for the conduct of field-work.

Nell'etnografia multi-situata non si tratta quindi di lavorare in più contesti

spazialmente eterogenei ma d'interpretare e tracciare delle linee metodologiche su come gli immaginari veicolati attraverso le reti mediatiche entrino, modifichino e articolino il proprio contesto di ricerca, comunque spazialmente e geograficamente ben individuato ma dai confini (teorici) mobili e interrelati. In questo senso il mio contesto di ricerca è Cape Town, Sudafrica, una città chiamata affettuosamente dai *Capetonians*, i suoi abitanti, *the Mother City* o *the Tavern of the Seas*⁴.

La prospettiva adottata è stata a volte comparativa, una prospettiva entro la quale sono arrivata spesso a riconsiderare, rispetto alla pre-conoscenza (o pre-giudizio) iniziale, le dinamiche del gioco (o *business* internazionale) del calcio, dei media e delle folle al seguito della “partita di pallone” prima durante e dopo il Mondiale “Sudafrica 2010”.

Una questione metodologica fondamentale nel mio lavoro è quindi relativa a come ri-articolare e ridiscutere le metodologie di ricerca di un'etnografia volta all'interpretazione del ruolo dei panorami mediatici contemporanei, degli immaginari che essi veicolano, ma soprattutto, di **come tali immaginari entrino nel reale** che ci accingiamo ad interpretare? Come sostiene Appadurai (1996:79) :

il nuovo potere dell'immaginazione nell'invenzione delle vite sociali è inestricabilmente legato ad immagini, idee e opportunità che vengono da altrove, spesso fatte circolare dal veicolo dei mass media.

Seguendo Hannerz (1992) potremmo invece chiederci: sarà per non togliere legittimità a fondamenti disciplinari che vedono l'etnografia come il prodotto di una sorta di purismo metodologico (legittimato dall'essere esperienziale nel

⁴ L'appellativo *the Mother City* rimanda almeno a tre narrazioni: la prima riporta alla storiografia coloniale e alla figura di Jan van Riebeeck, primo olandese a mettere piede nel Capo Occidentale il 6 aprile 1652 e considerato fondatore della città. Un'altra spiegazione rimanda all'etimologia e alla pronuncia storpiata del greco *metropolis*, tale spiegazione troverebbe ulteriore conferma nei significati insiti nel termine, relativi al rapporto fra città e colonie nel Sudafrica coloniale. Una terza spiegazione, ironica ma oltremodo interessante, sostiene che il *nickname* “*the Mother City*” è dovuto ai nove mesi di attesa perché qualunque cosa funzioni o accada. *The Tavern of the Seas* l'altro soprannome di Cape Town rimanda alla posizione geografica, punto d'incontro fra due oceani e nella storia punto d'incontro fra naviganti e marinai.

campo-laboratorio), o per evitarci un'analisi antropologica del nostro “qui” e “ora”, che ci sono così pochi lavori di **etnografia della televisione**? La ricerca sul campo a Cape Town ha cercato di affrontare i rischi metodologici di un'etnografia dei media interrelata all'etnografia nel campo “reale”, non fosse altro per l'impossibilità di studiare un Mondiale di calcio senza considerarne le dinamiche mediatiche.

Le due questioni esposte in precedenza, l'una relativa agli immaginari e alla loro influenza nelle dinamiche reali (come quelle di una folla intorno a uno stadio) e l'altra relativa al rischio metodologico del fare etnografia stando seduti davanti a uno schermo senza interazioni “umane”, sono interrelate e richiedono una riflessione sia su uno dei fondamenti dell'antropologia culturale, il concetto di campo, sia sulle metodologie di ricerca delle scienze umane.

Nell'etnografia dei media infatti l'idea di campo sembra perdere legittimità metodologica in virtù della necessità di porre gli sguardi su un **campo virtuale**, e sulle rappresentazioni, identificazioni e i simbolismi da esso veicolati nel contesto reale, fatto di persone, di altrove più o meno vicini o lontani, dove l'antropologo lavora: Cape Town altrove lontano, ma anche lo stadio di San Siro a Milano o lo stadio Olimpico⁵ di Torino, luoghi del football italiano, altrove vicini.

⁵Lo Stadio Comunale di Torino nel 2006 fu ristrutturato e ribattezzato Stadio Olimpico per ospitare le XX Olimpiadi invernali.

1.2 Dall'audience sportiva alla (de)costruzione di immaginari

Interrogandosi sul **concetto di audience** Ang (1991, in Vereni 2008:19) dimostra come esso sia frutto di metodologie di ricerca quantitativa, ricerche commissionate da reti televisive spinte dall'urgenza di avere riscontri numerici appetibili per il mercato delle inserzioni pubblicitarie.

I metodi d'indagine qualitativa, le etnografie dei media, tranne pochi casi⁶ sono stati per decenni tralasciati nel panorama degli studi sui media, concentrati più sull'analisi del testo e dell'audience come categoria ben definita, numericamente identificabile e non suscettibile di ulteriore interpretazione.

Possiamo definire come una “**svolta etnografica**” (Machin 2002:74-75) quella che coincide, intorno ai primi anni Ottanta, col lavoro del *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Study* (CCCS). Al suo direttore, Stuart Hall, dobbiamo la principale teorizzazione sulla polisemia del testo: il modello dell' **encoding-decoding**, ripreso in seguito in diverse etnografie. Le figure 1.1 e 1.2 sono molto utili per la comprensione del modello di Hall (anche in Real, 1996: :xxi,xxiii):

⁶ Fra cui Powdermaker (1950) con la sua etnografia su Hollywood e Ang (1985) con il suo studio sulla fiction americana *Dallas*, secondo cui, in estrema sintesi, i “valori” incarnati nei personaggi della fiction ambientata in Texas vengono rielaborati e interpretati entro il contesto di ricezione, i Paesi Bassi.

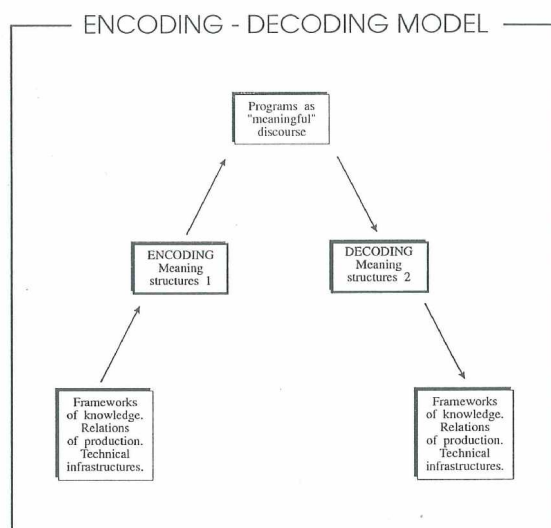


Figure 0.1. Relationship of text, its production, and its consumption with infrastructural elements in Stuart Hall's (1980) "Encoding-Decoding" model.

Figura 1.1 e 1.2: schematizzazioni dei modelli di Hall, 1.1 Encoding-Decoding Model 1.2 The Media Cultural Model

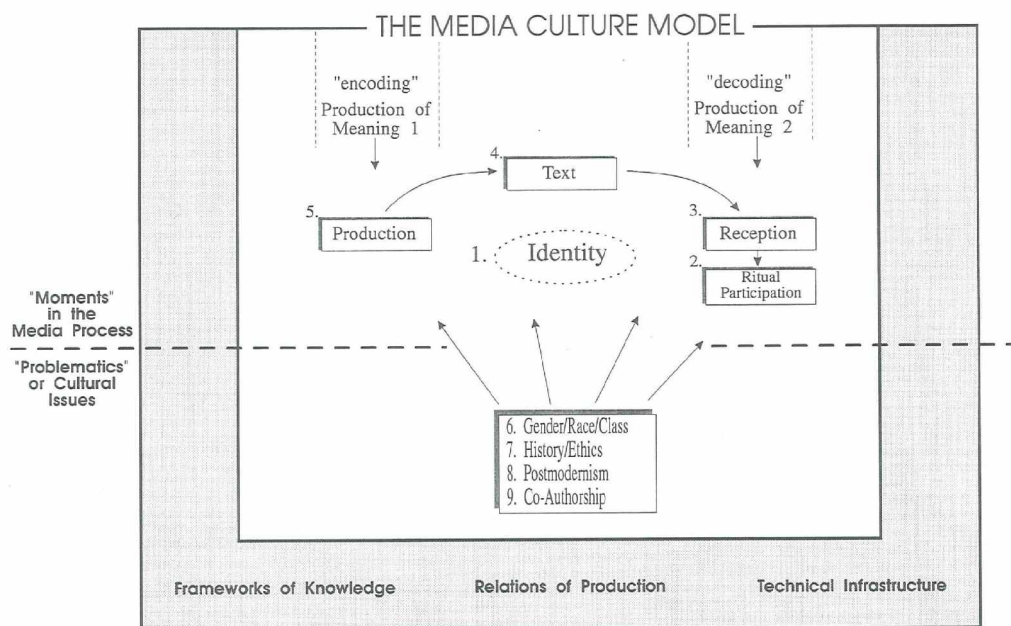


Figure 0.2. Chapter sequence and model for exploring the many aspects of media culture.

Morley e Silverstone (1991:149-150) riferendosi al metodo etnografico negli studi sui media mettono in luce come esso porti a:

analysis of multiple structured contexts of action, aiming to produce a rich descriptive and interpretative account of lives and values of those subjected to the investigation.

Multipli contesti di azione da analizzare quindi, il “**media cultural model**” di **Hall**, schematizzato sopra e che invito a leggere come una linea metodologica più che una prospettiva teorica, ci porta a porre lo sguardo sull’identità (uno degli “oggetti” dell’antropologia) quale risultato di molteplici interconnessioni mediatiche.

The media create and impose symbolic systems of thought and enunciation of reality, operating like the cultural forms traditionally studied by anthropologists using such concepts as ritual, ceremony, myth, the sacred, magic, and liminality. In other words, **media are cultural systems of the social construction of reality**. (Rothenbuhler e Coman, 2005:9).

I media operano quindi nella costruzione del reale tramite gli immaginari globali, per cui ragionare su come reale e immaginario interagiscono è uno dei compiti che si deve porre l’etnografia. Scrive Abu-Lughod (2005:223) :

Television may be both an index and an instrument of participation in the larger world of mass consumption, disseminating images that people, as audiences, consume. However, the glimpses I have given into the everyday lives of the urban and rural poor reveal how television offers goods and evokes dream worlds that, even if they have become part of a familiar cognitive or imaginative landscape.

L’audience assume quindi la forma di una categoria, di un generico insieme

ove collocare il pubblico televisivo. Per interpretare l'audience la pratica etnografica, l'interazione quotidiana sul campo, volta a di-svelare la relazione fra la vita "reale" e gli eventi sugli schermi televisivi appare un'insostituibile dinamica metodologica.

Oltremodo interessante, come vedremo nella parte dedicata allo studio della folla, è stato soprattutto osservare come l'audience diventi folla reale, e come tale folla interagisca all'unisono di fronte a un maxischermo dove viene proiettato lo spettacolo "globale". Metodologicamente, nel contesto della folla, mi sono basata sull'osservazione partecipante, altro principio metodologico indispensabile e insostituibile.

La costruzione mediatica di ciò che viene immaginato (o ricordato) può essere letta, come nota Staiger (in Real, 1996: 104-105), a tre livelli:

Text-activated reading emphasizes that the text exists and sets up what the reader will do. Text-activated readings by Metz, Eco, and the semiologist assume the reading is constituted by the text with its social and literary conventions [...].

Reader-activated reading argues that the text exists, but the reader, as an individual, can greatly redo or appropriate that text [...].

Context-activated reading assumes that the text and the reader are equally significant in creating meaning [...] Meaning or significance occurs in the contextual intersection between text and reader, an intersection that occurs in a historical context and may relate to other historical context.

Quindi, oltre alla lettura interrelata su tre livelli di significato, su tre piani interconnessi, da tener sempre ben presente nelle dinamiche di ricerca, ho ragionato anche sull'interrelazione di contesti storici. Ciò rimanda, seguendo Fabietti (2008: 2-9), all'idea di **contemporaneità**:

qualcosa che ha a che vedere con l'idea espressa da Alfred Schütz: una specie di **simultaneità di vissuti immaginati** piuttosto che un segmento di temporalità storica. [...].

Il vero messaggio dei media non sarebbe quindi tanto il contenuto del messaggio in senso stretto, quanto il cambiamento della percezione del mondo introdotto nelle relazioni sociali, o nella loro rappresentazione. E ciò è tanto più vero in Sudafrica. Il Mondiale di calcio ha infatti rappresentato un modo di “rompere” o perlomeno rimuovere in uno spazio temporale e sociale definito, il passato dell'apartheid e per creare un'identità negoziata nel tramite della rappresentazione mediatica dell'evento sportivo e nello stare nel mezzo della folla nel Fan Park a Parade Square, piazza dove Nelson “Madiba” Mandela parlò da uomo libero, l'11 febbraio 1990, dopo ventisette anni di prigionia.

Nella contemporaneità quindi, anche la prospettiva storica assume nuovi significati. Il campo, come intersezione di virtuale e reale, ove opera una “simultaneità di vissuti immaginati”, lungi dal poter essere costruito attraverso operazioni di de-storificazione (Fabian, 1983) implica il non poter prescindere dalle sue **co-esistenze e rappresentazioni mediatiche**, rappresentazioni che come vedremo, durante Sudafrica 2010, hanno spesso fatto uso di immagini storiche.

Anche la **memoria**, quale “**selezione sociale del ricordo**” (Fabietti, Matera, 1999:9) sembra oggi veicolata, quale forma di rappresentazione, dai flussi mediatici: potrà quindi essere oggetto di memoria futura ciò che i *mediascapes* veicolano quotidianamente nella realtà? Come la memoria mediatica e la memoria delle immagini delle folle negli stadi della World Cup 2010, potranno incidere nelle dinamiche di rappresentazione e costruzione della complessa identità sudafricana?

Ciò ci sposta su un altro piano, su un altro contesto che metodologicamente, nella circolarità ermeneutica “fra parti e tutto, fra familiarità ed estraneità, fra anticipazione di senso e comprensione, fra soggetto e oggetto, fra particolare e

generale, fra teoria e osservazione” (Malighetti, 2004:5), l’antropologia dei media dovrebbe dis-velare: chi “crea” i panorami mediatici contemporanei? Come hanno agito, da quali ideologie, narrative o retoriche potevano essere influenzati la FIFA, la SABC (South Africa Broadcasting Corporation) e i media internazionali durante la Coppa del Mondo di calcio in Sudafrica?

1.3 Pre-comprensioni e riflessività

La circolarità ermeneutica⁷, nell’accostarsi all’antropologia dei media, significa anche considerare i costruttori-produttori (quali gruppo d’individui inseriti in un contesto) degli immaginari mediatici e collettivi che entrano nelle sfere esistenziali attraverso gli schermi televisivi o cinematografici⁸. Se infatti : “gli oggetti non sono considerati come enti dotati di proprietà, indipendentemente dal punto di vista di chi li conosce” (Malighetti, 2004: 6), gli oggetti mediatici quali testi, oggetti da interpretare, non possono essere avulsi dal loro contesto di creazione; la loro interpretazione richiede quindi l’interconnessione fra i duplici punti di vista dello spettatore, del produttore e dell’antropologo.

Adottare metodologicamente l’ermeneutica della pre-comprensione mi ha portata a chiedermi quanto le rappresentazioni mediatiche contemporanee relative al Mondiale di calcio, gli *-scapes* di Appadurai, abbiano influito sulla formazione di stereotipi che, a un duplice livello interconnesso, operano a livello dell’*encoding* e del *decoding*. Nel contesto Sudafrica il rischio è soprattutto relativo al lasciarsi ingannare dalle **rappresentazioni post-apartheid della “Nazione Arcobaleno”**, talmente affascinanti da poter diventare un accecante stereotipo.

A livello metodologico può essere complicato compiere contemporaneamente

⁷ Secondo la quale per Gadamer (1960) noi interpretiamo gli eventi situandoci sempre all’interno di determinate tradizioni e *background* di pensiero, pre-comprensioni appunto. Il pensiero di Gadamer è fortemente influenzato da Heidegger.

⁸ Il discorso si differenzia se consideriamo altri media, come la rete internet che, a differenza di tv e carta stampata, amplia la possibilità di scelta dell’immaginario mediatico di riferimento, possibilità comunque limitata dal digital divide.

un'indagine sui fruitori del prodotto mediatico e su chi quel prodotto lo crea, influenzato o libero che sia da ideologie, interessi, centri di potere e da tutto ciò che rientra nell'economia anche politica del suo contesto culturale. Nello studio di South Africa 2010 sono stata facilitata in tale questione: qualsiasi conversazione, intervista, dibattito sul Mondiale di calcio, difficilmente poteva prescindere dai "creatori" della situazione, Joseph Sepp Blatter e la FIFA⁹, ente supremo del calcio mondiale, istituzione internazionale a capo della World Cup.

Diverso discorso è stato per la SABC, la TV di Stato sudafricana, e più in generale per i diversi media su cui si è focalizzata l'attenzione¹⁰. La SABC ha sede a Johannesburg, considerata capitale economica del Sudafrica, nella sede di Cape Town non c'è stata quindi molta produzione relativa alla World Cup, se non a livello di spot a richiamo turistico. Anche a livello metodologico ha quindi influito il contesto, la città dove si è svolta la ricerca sul campo: Cape Town, luogo più turistico, fra la montagna e l'oceano, luogo anche geograficamente un poco "isolato" rispetto a Johannesburg, dove quasi tutti i media internazionali hanno localizzato il proprio quartier generale¹¹.

La produzione mediatica su cui ho focalizzato l'attenzione è stata quindi relativa a un contesto più locale, Cape Town come un villaggio e contemporaneamente un'area urbana di quattro milioni di abitanti. "*Cape Town is a village*" è una frase che ho sentito ripetere spesso. L'intera municipalità di Cape Town è piuttosto estesa, ciò nonostante il *City Bowl* è situato in uno spazio abbastanza raccolto: fra conoscenti quindi incontrarsi e re-incontrarsi casualmente per le vie centrali della città è modalità d'interazione sociale piuttosto frequente. A Cape Town le persone che lavorano sugli stessi argomenti hanno modo d'interagire di frequente: Cape Town quindi come un villaggio "glocale" rappresentato e interconnesso nelle reti mediatiche mondiali e del Mondiale.

Nella parte etnografica più focalizzata sulle rappresentazioni mediatiche ho dunque sempre tenuto presente **come il potere opera all'interno della**

⁹ Fédération Internationale de Football Association. La FIFA ha sede a Zurigo in Svizzera.

¹⁰ Il quotidiano *Cape Times*, il settimanale *Mail and Guardian* e diversi canali radio.

¹¹ Tranne la BBC inglese che affittò, per farne il proprio quartier generale, un complesso residenziale nella zona del Cape Town Stadium.

(ri)produzione d'immaginari. Se a livello teorico, per chi si accinge a di-svelare stratificazioni di significato, ciò è sin troppo scontato, è apparso invece più complesso lo stabilire una metodologia di lavoro che tenesse conto simultaneamente del ricevente, dell'attore sociale che rielabora e talvolta prende a modello l'immaginario mediatico e delle dinamiche di produzione nei mezzi di comunicazione di massa. Ciò è stato possibile a livello teorico tenendo conto della circolarità ermeneutica. A livello pratico, nell'esperienza del quotidiano della ricerca sul campo ciò è stato possibile cercando di far interagire i significati, le risposte, i punti di vista dei diversi interlocutori. Il punto di vista di un soggetto attivo nella ricerca poteva così diventare la domanda per un altro, in una sorta di circolarità di significato lontana dalle trappole degli stereotipi talvolta veicolati dai media.

A livello metodologico altro tipo di questioni sorgono se consideriamo l'uso pratico che il ricercatore può fare della produzione mediatica e degli strumenti di comunicazione di massa. Un film o un documentario infatti, ma anche un romanzo, possono costituire una sorta di pre-conoscenza del contesto di studio da inserire, se vogliamo, nella fase del pre-campo, ovvero i primi approcci dell'antropologo con i luoghi, virtuali e geografici, dove si troverà a lavorare.

Anche in queste fasi comunque la **riflessività** sul nostro principale strumento di lavoro, noi stessi, dovrebbe tenerci all'erta da condizionamenti da immaginari mediatici, che potrebbero portarci a forme di pre-conoscenza, se non pre-giudizio, lesive nel rapporto dinamico e processuale con i soggetti attivi nelle nostre ricerche.

Altra questione metodologica inerente i nuovi media e la ricerca sul campo riguarda la possibilità di reperire informazioni e "informatori" online, tramite social network, blog tematici e quant'altro. Sempre tenendo presente che "lo schermo" non può essere disgiunto dal contesto reale, internet quindi non è una sorta di "mondo a parte" ma va inserito e coniugato entro le dinamiche delle pratiche sociali, come l'uso della rete possa influenzare le metodologie e i processi di ricerca è un altro argomento che meriterebbe approfondimenti.

Se infatti, come sostenne Clifford Geertz, **fare antropologia è anche (metodologicamente) intrattenere relazioni**, una riflessione sull'uso degli strumenti elettronici nelle dinamiche relazionali del nostro lavoro appare necessaria. Riflettendo sul mio lavoro mi rendo conto che la relazione online con i soggetti attivi nella ricerca sia stata a volte contemporanea alle “reali” dinamiche relazionali. Basti dire che mentre scrivo queste righe, seduta a una scrivania nella periferia milanese, tramite Facebook vengo a conoscenza di date e luoghi di un torneo di calcio che si svolgerà a Cape Town nel periodo di Natale 2010, un'opportunità interessante per raccogliere interviste sul post-World Cup.

Ecco che allora l'etnografia multi-situata può trovare quale ideale strumento di lavoro i mezzi elettronici di comunicazione. Certo, in prospettiva auto-riflessiva c'è da ragionare su come la relazione con gli informatori mediata nel tramite di un social network, della posta elettronica o da immagini inviate e ricevute, influisca nel percorso di ricerca. Il rischio è anche di confondere delle informazioni che provengono passivamente attraverso uno schermo con una conoscenza volta all'analisi antropologica, la quale richiede un'immersione nel campo e un'interpretazione il meno mediata possibile.

Le informazioni sullo schermo sono infatti, a loro volta, mediate da forme di segno: la scrittura, le immagini, la grafica di un sito o un format televisivo. Come esse agiscano, metodologicamente, all'interno del processo di ricerca è una dinamica da considerare nelle analisi volte all'auto-riflessività dei nostri campi di ricerca.

1.4 Metodologia nello studio delle folle

Oltre a essere un evento mediatico un Mondiale di calcio è un evento *live*.

L'analisi antropologica delle folle coinvolte nelle dinamiche del Mondiale di calcio a Città del Capo è stata una parte importante della ricerca sul campo. In primis c'è da chiedersi cosa intendiamo per folla. Allontaniamoci pertanto subito dalla teoria di Gustave Le Bon (1895) per cui, in estrema sintesi, una folla è un insieme d'individui che hanno perso la loro identità cosciente per essere guidati, in modi poco razionali, dall'inconscio collettivo. La teoria di Le Bon, per quanto possa essere considerata suggestiva e storicamente fondamentale nello studio delle masse, poco ci aiuta a trovare metodologie e ausili teorici di osservazione delle folle calamitate da un evento sportivo.

La folla come teorizzata da Le Bon mi pare inoltre a-contestuale. Come ho infatti notato durante la ricerca sul campo la folla a Cape Town nel mese di giugno e luglio 2010 era caratterizzata da dinamiche differenti rispetto alla folla che segue una partita di calcio di un campionato europeo.

Il contesto (culturale, sociale, geografico, urbano e architettonico) dove la folla "agisce" risulta quindi di fondamentale interesse proprio in quanto è un fondamentale elemento di strutturazione e interazione della folla stessa.

Principale riferimento metodologico è stato, in quest'ambito, la **teoria di Elias Canetti, elaborata in "Massa e potere" [(1960)1981]**.

Tale scelta è riconducibile alle caratteristiche dell'opera di Canetti, nell'ampia possibilità di dialogo e confronto fra le esperienze d'osservazione diretta e la teoria della massa come da elaborazione teoretica. Metodologicamente la teoria di Canetti appare altresì riferimento imprescindibile in quanto elenca una serie di **proprietà e caratteristiche dinamiche della massa**, elementi qualitativamente osservabili e analizzabili nel momento della ricerca sul campo e di cui scriverò dettagliatamente nella seconda parte di questo lavoro.

Canetti parte dalla constatazione per cui l'individuo singolo è caratterizzato dalla paura di essere toccato quindi, secondo Canetti, cerca di mantenere una certa

distanza da tutti gli altri individui per evitarne il contatto. Su questo punto di rilevante interesse è stata la verifica, durante la ricerca sul campo, di quanto **la paura individuale del contatto fisico sia un fattore culturalmente definito**, quindi una variante d'importanza considerevole nello studio e nella modellazione di folle transnazionali. Durante l'evento sportivo, nel Fan Park e intorno agli stadi dove si è svolta l'osservazione diretta, la questione del contatto fisico assume diversi significati in virtù dell'avvicinamento più "naturale" di un individuo all'altro riscontrato in Sudafrica anche in situazioni non affollate. In proposito Canetti nota:

Solo nella massa l'uomo può essere liberato dal timore d'essere toccato. Essa è l'unica situazione in cui tale timore si capovolge nel suo opposto.

Nelle mie osservazioni sul campo, sui campi di calcio, ma anche nella quotidianità di una città europea possiamo notare come la massa non sia l'unica situazione in cui l'individuo abbia paura di essere toccato e di come tale situazione dipenda fortemente dal contesto culturale. In Sudafrica sui taxi collettivi, dove spesso i passeggeri viaggiano stipati, come nella metropolitana milanese all'ora di punta, ci si "tocca". La differenza fra un ordinario affollamento su un mezzo pubblico e la situazione di folla in uno stadio sportivo può quindi forse essere letta alla luce delle **diverse emozioni e attitudini dei singoli individui nei confronti della folla**: volontaria e positiva nel caso di folla durante un evento sportivo o al contrario, se "costretta", come nel caso di un mezzo di trasporto pubblico affollato, percepita come un'imposizione negativa.

Secondo Canetti la scarica agisce da formatrice della massa, (1981:20):

Il principale avvenimento all'interno della massa è la scarica. Prima, non si può dire che la massa davvero esista: essa si costituisce mediante la scarica. All'istante della scarica i componenti della massa si liberano delle loro differenze e si sentono uguali.

Nel caso della folla che segue una partita di calcio la scarica può essere

rappresentata dal gol o da canti e cori intonati dai gruppi di tifosi organizzati all'esterno dell'impianto sportivo.

Le proprietà della folla individuate da Canetti, empiricamente verificabili, possono essere così riassunte:

Densità : nella massa gli individui si sentono emotivamente uniti, come un unico corpo.

Spontaneità e tensione ad una meta (1981:19) :

Nulla si preannunciava, nulla era atteso. D'improvviso, tutto nereggiava di gente. [...]Si direbbe che il movimento degli uni si comunichi agli altri, ma non si tratta solo di questo: tutti hanno una meta. La meta esiste prima che le abbiano trovato un nome ed è là dove il nero è più nero- luogo dove la maggioranza si è radunata.

Spinta a crescere: la massa cresce quindi in termini numerici e permette che la scarica continui sui nuovi componenti della folla.

Massa aperta e massa chiusa:

La massa vera e propria è la massa aperta, che si abbandona liberamente al suo impulso naturale di crescita (1981:24).

La massa chiusa s'insedia invece in uno spazio definito e limitato, è altresì limitata in termini spaziali e numerici e impiega le proprie energie per durare nel tempo.

Massa ritmica: il ritmo esercita una potente forza di attrazione. E' il caso specifico delle masse ai concerti ma è anche il caso delle sonorità attive durante un evento sportivo; è sicuramente il caso delle vuvuzelas durante il Mondiale sudafricano ma anche dei cori dei gruppi di tifosi in uno stadio.

Massa statica: massa caratterizzata dall'attesa della scarica, la staticità ne è

elemento essenziale.

Massa lenta e massa rapida: caratterizzate rispettivamente dalla distanza rispetto alla meta, in lontananza nel caso della massa lenta o rapida se la meta è vicina.

Massa aizzata e massa in fuga: la massa aizzata vede come meta velocemente raggiungibile l'uccisione collettiva di elementi designati come prede. La massa in fuga è determinata dalla minaccia di un pericolo comune.

Massa del divieto: si forma in seguito ad ordini categorici, generalmente divieti.

Massa di rovesciamento: La situazione rivoluzionaria può essere considerata come la condizione di tale rovesciamento. Ma la massa, la cui scarica consiste essenzialmente in una liberazione collettiva da "ordini-spinte", deve essere intesa come massa di rovesciamento (1981:69-70).

Massa festiva: massa caratterizzata da assenza di divieti e separazioni, la massa è identificata nella festa stessa.

Massa doppia: massa composta da due gruppi complementari, due sotto-masse che si mantengono contemporaneamente, l'una grazie all'esistenza dell'altra. Può essere il caso dei gruppi contrapposti di tifoserie. Per Canetti un punto importante nel determinare la massa doppia è rappresentato dalla percezione che le due masse siano di pari grandezza in modo da potersi contrastare senza arrivare alla disfatta.

Impulso di distruzione:

Spesso si parla dell'impulso di distruzione della massa: è la sua caratteristica più vistosa, quella che, innegabilmente, si ritrova ovunque, nei paesi e nelle civiltà più diverse. [...] La distruzione di immagini che raffigurano qualcosa è distruzione di una gerarchia che non si riconosce più. (1981:22-23).

Senso di persecuzione: nel caso di gruppi di tifoserie all'interno della massa tale caratteristica è di rilevante interesse. Il senso di persecuzione è infatti rivolto verso nemici designati in quanto tali. Soprattutto nel calcio europeo, meno nel calcio sudafricano, numerosi sono i casi di tifoserie storicamente rivali, particolarmente “a rischio” sono infatti considerate le partite fra squadre soggetti di rivalità storiche o fra squadre della stessa città.

Disgregazione della massa: la massa si può disgregare perché cessa la crescita, perché accetta la dispersione in previsione della ripetizione o perché subentra uno **stato di panico** (caratterizzato dalla volontà del singolo di distaccarsi dalla massa all'interno della stessa).

Cristalli di massa: i cristalli di massa sono gruppi chiusi e statici composti da pochi uomini. Tali gruppi sono ben distinti e identificabili:

Definisco cristalli di massa quei piccoli e rigidi gruppi di uomini, ben distinti gli uni dagli altri e particolarmente durevoli, che contribuiscono alla formazione delle masse (1981:88).

Nel caso dello studio delle identità dei tifosi coinvolti nel Mondiale di calcio, i cristalli di massa rappresentano una concettualizzazione fondamentale nell'osservazione delle componenti della massa a carattere “etnico” o culturalmente definito.

1.4.1 La folla come fenomeno di comunicazione

La metodologia durante le fasi di ricerca sul campo relative alle folle si è basata sull'osservazione partecipante, supportata da videocamera. Dovremmo però prestare attenzione all'uso della visualità nel mio studio specifico, e più in generale in antropologia. Come infatti teorizza Finnegan (2002) nella sua

interessante concezione della comunicazione, **l'essere umano è interconnesso attraverso differenti dimensioni sensoriali.**

Il comunicare quindi non è veicolato solo dalla dimensione verbale ma da una serie di interazioni che coinvolgono i cinque sensi in modalità diverse a seconda del contesto; allo stesso modo l'osservazione della folla durante il mio lavoro di ricerca su campo non si è basata solo sulla dimensione visuale ma ha cercato di considerare metodologicamente interazioni basate sui suoni, sugli odori, sulle emotività legate al Mondiale di calcio sudafricano.

Attraverso altre prospettive sono state altresì considerate le **possibilità d'interazione all'interno della folla attraverso l'uso di strumenti di comunicazione** (telefonini, videocamere, mega schermi presenti nei luoghi affollati).

La proposta metodologica insita in questo lavoro è quindi di considerare la folla come un fenomeno di comunicazione a più dimensioni, ciò non è comunque disgiunto dall'utilizzo della teoria di Canetti che ci fornisce dei paradigmi d'osservazione ben articolati e qualitativamente dinamici. La metodologia su cui si fonda l'osservazione delle folle attive nel Mondiale di calcio è quindi relativa al rendere la teoria di Canetti elastica alle differenti dimensioni sensoriali d'interazione ben teorizzate da Finnegan (2002).

Le due teorie usate congiuntamente mi pare siano un valido strumento metodologico per uno studio più generale dei fenomeni relativi alle folle del nostro presente, dimensione umana e realtà sociale non troppo considerata dalle scienze umane.

Un altro aspetto interessante che ho cercato di considerare durante la ricerca sul campo è relativo alla comprensione di come la folla si raduni, o entri in determinate dinamiche, in relazione ai mass-media, intesi sia nella loro tradizionale modalità di diffusione di informazioni, sia come specifici "elementi attivi", in quanto creatori di rappresentazioni condivise dalle folle del Mondiale sudafricano.

CAPITOLO 2

L'evento e i riflettori internazionali. Genesi, attese e neo-colonialismi nel primo Mondiale di calcio in Africa

You're on the front line...Everyone's watching...
Your time to shine...don't wait in line...y vamos por todo
Today's your day...I feel it
You paved the way...Believe it
Tsamina mina zangalewa
This time for Africa
(*Waka Waka-Time for Africa*, canzone ufficiale
Coppa del Mondo di calcio 2010)

2.1 Mzansi¹² : dal boicottaggio al centro del mondo

Nello studio storico-antropologico dello sport il Sudafrica è un caso unico nelle sue interrelazioni fra storia, politica e identità. Come spesso è stato presentato anche in maniera stereotipata dai media durante il periodo del Mondiale 2010, il calcio viene spesso rappresentato come lo sport dei neri, il rugby dei bianchi e il cricket degli indiani sudafricani. Ciò è genericamente vero ma, dato che l'antropologia si deve concentrare anche sul particolare, c'è da considerare che nel Western Cape, soprattutto nella zona di Cape Town, i sudafricani di origine inglese hanno dato spesso vita a formazioni di calcio con un seguito largamente popolare,

¹² Mzansi significa Sudafrica in lingua zulu.

anche se etnicizzato in modo netto, e la popolazione coloured¹³ a squadre di rugby che tutt'oggi competono nei campionati minori.

Diversi studi (Alegi, 2010, Booth 1998, Ramsamy, 1982) si sono invece concentrati sul boicottaggio internazionale sportivo, boicottaggio che ha visto nello sport uno dei principali strumenti in grado di rendere evidente e comprensibile ai più l'isolamento e le proteste internazionali verso il Sudafrica dell'apartheid. Nel 2010 invece il Sudafrica che ha ospitato il Mondiale di calcio è tornato al centro degli schermi del mondo. Tale “immagine mediatica” si lega anche alla relazione che oggi hanno i panorami mediatici con l'economia globale, la quale dipende in larga parte da istituzioni di potere.

In questo capitolo intreccio una breve sintesi delle dimensioni dello sport nel Sudafrica dell'apartheid, riferendomi anche al noto film *Invictus*, con le questioni recenti che hanno portato alla genesi del primo Mondiale di calcio africano. In tale intreccio alcune dinamiche post-coloniali, o neo-coloniali (se consideriamo lo sport come un nuovo elemento attivo in tali dinamiche) sono entrate a tutti gli effetti nei meccanismi relativi all'assegnazione del Mondiale da parte della FIFA.

Una contraddizione resta sempre sullo sfondo, ed è quella, pressoché globale, fra gli aspetti del calcio-business dove gli episodi di corruzione non mancano e l'entusiasmo di chi ne vive la dimensione ludico-sociale. Un Mondiale di calcio può essere un caso studio unico nel disvelamento delle relazioni fra sport/media/economia/potere, relazioni che si scontrano con l'attesa, la festa e le emozioni veicolate dal Mondiale, le stesse emozioni di chi continua a credere, forse stoicamente, che il calcio sia solo un gioco.

¹³Per coloured s'intendono i “meticci”.

2.1.1 Il film *Invictus*: rappresentazione pre-Mondiale

Mai e poi mai dovrà accadere che questa splendida terra conosca di nuovo l'oppressione dell'uomo sull'uomo e patisca l'indegnità di essere la vergogna del mondo (Nelson Madiba Mandela)

In Sudafrica lo sport riveste un ruolo interessante e complesso nelle dinamiche storiche, identitarie e politiche. Mandela che alza al cielo la Coppa del Mondo di Rugby, ospitata dallo stesso Sudafrica nel 1995, rappresenta simbolicamente il *New South Africa post-apartheid*. Del resto, l'immagine di Mandela e François Pienaar, capitano di quella nazionale campione, è esposta nei musei¹⁴. *Invictus*, il celebre film uscito nel 2010, racconta le vicende della Coppa del Mondo di rugby vinta da un Sudafrica entusiasta, l'anno dopo le prime elezioni libere. Il film, sia pur a detta di tanti interpellati in merito, racconti e rappresenti i fatti del 1995 con "esagerazione hollywoodiana" fa capire in parte i profondi significati veicolati dallo sport nella Nazione Arcobaleno.

¹⁴ Mi riferisco nello specifico alla mostra "*Mandela: Leader, Comrade, Negotiator, Prisoner & Statesman*" all'Iziko Gallery di Cape Town



Figure 2.1 e 2.2: Nelson Mandela e François Pienaar rappresentati nel film *Invictus* e in un'immagine del 1995.

In *Invictus* è rappresentato un Sudafrica post-apartheid che attraverso il tifo per gli Springbok¹⁵ cerca di trovare **un'identità collettiva nel superamento delle divisioni razziali**. Come sappiamo, generalmente il rugby in Sudafrica è lo sport degli afrikaners, mentre il calcio è soprattutto uno sport *black*. Lo sport diventa quindi elemento identitario e se vogliamo, componente stereotipica razziale anche nel Sudafrica post-apartheid. Mandela, nel film come nella realtà, è fortemente convinto del fatto che lo sport sia un elemento di coesione nazionale. Madiba ha infatti fortemente spinto, quand'era al Governo, per ospitare il Mondiale 2010, ne è sempre stato un convinto fautore.

Le immagini di cui sopra sono da considerarsi una **metafora figurativa**. Riflettendo sul linguaggio figurato e sul ruolo della metafora nella politica sudafricana, Merrington scrive¹⁶:

¹⁵ Soprannome della Nazionale di rugby

¹⁶ In *Cape Times*, 14 febbraio 2011

In 1994, the popular governing metaphors were about sport – level, playing fields, winner-takes-all, win-win, moving goalposts, first past the post. This new national mindset was imprinted by the 1995 Rugby World Cup with Nelson Mandela in his Springbok Jersey [...] Figurative language is not mere ornament. And it is not merely the stock in trade of rhetoricians and politicians. It is a potent human resource that sets the trends in public thought and reaches deep into the psyche. It is about imagination and the transformative power of images.

Le immagini possono quindi essere un veicolo di trasformazione della società, attraverso la differente visione di essa che la loro “lettura” veicola. Le immagini relative allo sport in Sudafrica sono un esempio del linguaggio figurato usato nel contesto socio-politico.

Dal 1995 al 2010, anno dei due Mondiali della storia del Sudafrica post-apartheid, cambiano le immagini e cambiano anche le tecnologie di supporto dell’immagine stessa, la quale si moltiplica nei telefonini e attraverso la rete internet. **La forza retorica dell’immagine** (Herzfeld, 1997) a tematica sportiva è sempre stata presente durante il Mondiale sudafricano. È spesso tesa a rappresentare un Sudafrica unito e multiculturale. Analizzeremo questi aspetti nel capitolo successivo ma per comprendere appieno l’argomento è necessario partire dal ruolo e dall’azione simbolica svolta dallo sport durante l’apartheid.

2.1.2 Divisioni interne e boicottaggio internazionale

“One cannot play normal sport in abnormal society” è una frase che ho sentito ripetere spesso.

Si riferisce alle divisioni del passato, a quando la SAFA (South Africa Football Association) non esisteva ancora e le istituzioni che governavano il calcio erano divise su base razziale, specchio dell’apartheid e delle politiche dello “sviluppo separato”.

La FASA (*Football Association of South Africa*) fondata nel 1892 era un organismo sportivo *all-whites*. Troviamo poi la *South African Indian Football Association*, fondata nel 1903, la *South African Bantu Football Association* e la *South African Coloured Football Association*, fondate rispettivamente nel 1933 e 1936. Negli anni dell'apartheid sotto la SASF (*South African Soccer Federation*) si riunirono invece le associazioni per la pratica del calcio libero da divisioni razziali. Le competizioni sportive non potevano essere “miste” e le squadre sportive in visita dovevano sottostare alle leggi sudafricane.

A causa della politica dell'apartheid la partecipazione alle manifestazioni calcistiche internazionali fu vietata dalla FIFA negli anni dal 1966 al 1992. Il Sudafrica, in seguito a una decisione delle Nazioni Unite del 1968, fu inoltre escluso a livello internazionale dalle Olimpiadi e da altre manifestazioni sportive. Il **boicottaggio sportivo** serviva, oltre che a fare pressione sul governo sudafricano segregazionista, anche a richiamare l'attenzione pubblica sulle violenze dell'apartheid.

Come notano Archer e Bouillon (1982:6), in un testo fondamentale per capire i legami fra sport e apartheid:

South Africa, sport, apartheid: together these three words compose a political knot which has fascinated the media and tormented the sporting world for over a decade. It has provoked miles of newsprint and hours of discussion.

Lo sport quindi, avendo altresì una notevole rilevanza mediatica, fu l'ambito internazionalmente più significativo per richiamare l'attenzione sulle politiche razziste-segregazioniste sudafricane.

Significativi, per capire le relazioni internazionali attraverso la politica dello sport, sono le visite degli **Springboks in Nuova Zelanda nel 1981 e nel 1973**¹⁷. Il Sudafrica dell'apartheid, nelle sue rappresentative sportive, divise infatti l'opinione pubblica neozelandese in merito alla politica da tenersi sulle gare

¹⁷ Stopping the 1973 tour-1981 Springbok toy, [URL:http://www.nzhistory.net.nz/1981-springbok-tour/1973-springbok-tour](http://www.nzhistory.net.nz/1981-springbok-tour/1973-springbok-tour), (Ministry for Culture and Heritage) accesso 15 dicembre 2010

internazionali in cui avrebbe dovuto partecipare il Sudafrica. La Nuova Zelanda mantenne infatti le relazioni sportive per quanto riguarda il rugby. Una delle questioni principali verteva sull'inclusione dei Maori neozelandesi nella squadra che avrebbe dovuto incontrare gli Springboks. Nel tour del 1973 i Maori vennero definiti dal governo sudafricano "bianchi onorari" , esempio, fra molti in Sudafrica, di costruzione politico-ideologica della categorie razziali.

Un interessante film sulle questioni relative al boicottaggio sportivo del Sudafrica è *Fair Play: The World vs South Africa*. Il film fu scelto come *opening* per il *Free at Last Film Festival* a Cape Town, volto a celebrare i vent'anni della liberazione di Nelson Mandela (11-2-1990/11-02-2010).

Il mondo contro il Sudafrica, come nel titolo del film appena citato. Il Sudafrica vergogna del mondo, nelle parole di Nelson Mandela. Scrive Danny Jordan¹⁸ in proposito:

My memories of the World Cup go back to when I was growing up in Port Elisabeth. We never saw the match . **South Africa had been exiled from the international game and there was no TV coverage**, but we could read a little about what was going on in the newspapers and we knew about the teams and their players. At school , different classes would adopt different countries and we would stage our own tournament. Everyone wanted to be Brazil or England, Germany or Italy, or any other country, except South Africa. South Africa never got a game. **The country had isolated us, and so we isolated the country**. Now every youngster, every team, wants to be Bafana Bafana (AA.VV. 2010, *When the World Cup Came to South Africa*:1).

Un lettore del *Cape Times* nella rubrica *Opinion* commenta:

Some of our leaders are too young to remember the days when we were the **pariahs of the world** , but I remember those days only too clearly, and I don't want to go back to them (Lindsay Ross, Newlands, Cape Town).

¹⁸ Attivista anti-apartheid è stato Capo dell'Ufficio Esecutivo di Sudafrica 2010 e membro del Comitato Organizzatore.

Il Mondiale di calcio è stato quindi anche un modo per dimenticare gli anni in cui il Sudafrica era isolato e boicottato, in nome di una Legge razziale senza eguali nel ventesimo secolo. Ospitare eventi sportivi per il Sudafrica significa anche sentirsi parte del mondo globale a tutti gli effetti. Vediamo una lettera inviata al *Cape Times* sull'argomento:

I am not a really soccer fan. But it is still very good to be a part of the World Cup vibe¹⁹. In a way, this World Cup is like the 1994 US one. Both are to do with lifting the host countries out of isolation and into the international community. It's good to consider oneself a citizen of the world – the global village. It is a pity that all various flag decorations won't stay up permanently. One should be friendly towards foreign visitors whenever possible, always truthfully answer their questions about here and learn more about their countries. That is irrespective of who supports what team (Rudi Kramp, Parow East in *Cape Times*, 12 giugno 2010: 24).

La sensazione di “tornare ufficialmente nel mondo dopo l'isolamento politico si poteva leggere anche negli slogan mediatici del Mondiale, slogan come **“Welcome to your Home Bru”²⁰** o **“We are ready to welcome the World”** e nella gentilezza, curiosità o preoccupazione riscontrata costantemente a Cape Town:

I'm worried, this is a high crime country, when the people come for the World Cup have to be careful, I'm worried witch something bad going to happen to overseas soccer fans. It is not nice, when someone come to your country to celebrate and gangs could make trouble (conversazione personale-febbraio 2010).

Le questioni sulla sicurezza dei “visitatori del pallone”, in uno dei Paesi statisticamente a maggior tasso di microcriminalità avrebbe potuto infatti rovinare, oltre che l'ospitalità verso il mondo, anche l'immagine nel *mediascape* globale di un Paese storicamente e geograficamente isolato.

¹⁹Per vibe s'intende qui l'atmosfera generale del Mondiale di calcio.

²⁰Nello slang sudafricano “bru” è il diminutivo di brother , fratello.

2.1.3. Apartheid vecchi e nuovi

Il Sudafrica, boicottato internazionalmente in passato (a parte lo sport altri boicottaggi internazionali riguardarono il mondo economico e accademico), **nel 2010 è quindi al centro del mediascape globale** nel tramite dell'evento sportivo più seguito del pianeta. E, attraverso la centralità mediale dell'evento sportivo, nelle narrazioni mediatiche globali sarebbe stato interessante analizzare meglio i fatti storici della Nazione Arcobaleno, se non altro, per cercare di scongiurarli nel nostro presente.

Una blogger italo-sudafricana riferendosi ai fatti di Coccaglio, in provincia di Brescia, dove il sindaco leghista dichiarò l'operazione *White Christmas*, volta a “far piazza pulita” dei migranti scrive:

Not since I lived in South Africa have I been reminded that **racism and apartheid never really die**, they may get packed away with the Christmas light only to resurface another day. Well it appears to have been brought out just in time for this festive season in La Bella Italia. (In <http://italy.sa-people.com> Accesso 10 gennaio 2010).

Mzansi 2010 al centro del mondo avrebbe potuto ricordare all'uomo che **la vergogna dell'apartheid è sempre presente**, sia pur in maniera più ipocrita e meno legislativamente strutturata, proprio per questo subdolamente più pericolosa.

La figura di Mandela, icona internazionale di pace e speranza, oggi ultranovantenne ritiratosi a vita privata in precaria condizione di salute, è sempre presente negli immaginari internazionali. Non per niente la FIFA insistette perché Mandela presenziasse alle cerimonie di apertura e chiusura del Mondiale. La figura di Nelson Mandela mostra al mondo l'immaginario migliore di un Paese ancora violento per tanti aspetti, senza troppo far riflettere sull'attuale situazione in Sudafrica, dove oltre all'eredità dei vecchi razzismi se ne aggiungono di nuovi,

come quelli verso i migranti dallo Zimbabwe o dalla Nigeria, vittime di attacchi xenofobi nelle townships da parte di altri “fratelli africani”.

L'impressione è inoltre che *Mzansi* preferisca dimenticare, nonostante “l'ingegneria dell'apartheid” strutturi ancora in parte le relazioni sociali e le politiche del Governo, attraverso le politiche legislative legate alla “discriminazione positiva”. Del resto, in generale, pare il mondo preferisca non riflettere, durante la festa del Mondiale di calcio, sulle dinamiche di un anti-razzismo a volte teso a dissimulare un apartheid, non certo storicamente terribile, strutturale e legislativamente articolato come quello sudafricano, ma spesso celato dietro ideologie e dinamiche economico-politiche occidentali.

2.2 Genesi dell'evento: fra istituzioni, politica ed economia

2.2.1 L'istituzione sportiva globale

Una delle questioni che si è posta più di frequente durante il periodo di ricerca a Cape Town è relativa a come la FIFA, ente supremo del calcio mondiale, monopolizzi il “gioco più bello del mondo” facendone una sorta di affare economico e politico internazionale. Per comprendere meglio il **dibattito relativo alla FIFA quale organismo politico-economico**, spesso non immune da accuse di corruzione, è utile riassumere fatti e meccanismi che precedono l'assegnazione di un Mondiale di calcio. Del resto come Whannel (in Carrington e Mc Donald, 2010:71) suggerisce:

Studies of institutions, and institutional practices that gave attention not just to power and discourse but to economic relations, were less common within Cultural Studies.

Quindi, anche nello studio dello sport come fenomeno culturale, è auspicabile non prescindere dallo studio delle istituzioni coinvolte nelle politiche e nella gestione economica degli eventi sportivi.

Veniamo quindi a raccontare la genesi della World Cup in Sudafrica in riferimento **all’istituzione governante, la FIFA.**

Il 15 maggio 2004 quando Sepp Joseph Blatter, amato-odiato Presidente della FIFA , pronunciò “South Africa” quale Paese assegnatario del Mondiale di calcio 2010 fu un momento iconico, un’ immagine nella memorie collettive sudafricane. L’immagine di Blatter che apre la busta, anche nel *post-World Cup* è stata usata spesso nelle narrative televisive della SABC. La stessa immagine è usata anche nelle sigle di apertura delle trasmissioni televisivi dedicate alla *Premier Soccer League*, il campionato nazionale sudafricano di calcio.



Figura 2.3: Blatter annuncia “Sudafrica 2010” (immagine dal sito edlunnon.wordpress.com)

La candidatura del Sudafrica a ospitare la Coppa del Mondo 2010 si affiancò alle candidature di Marocco, Egitto, Tunisia e Libia, per l'evento sportivo che rimarrà

nelle memorie collettive come il primo Mondiale africano. **Le passate politiche FIFA stabilirono infatti di “globalizzarsi”**, variando così con la tradizionale alternanza quadriennale di un Mondiale da giocarsi in Europa e il successivo in uno Stato del continente americano. L'alternanza Europa-Americhe²¹ fu già modificata con il Mondiale 2002 in Corea e Giappone e sarà ulteriormente “globalizzata” con i già stabiliti Mondiali del 2018 in Russia e del 2022 in Qatar. Le decisioni FIFA del 3 dicembre 2010 (data in cui è stato dato l'annuncio relativo ai futuri Paesi ospitanti) hanno suscitato diverse critiche soprattutto da parte di Olanda, Inghilterra, Stati Uniti e Australia. La stampa inglese ha infatti definito la scelta di Blatter e soci, relativa l'assegnazione del Mondiale 2018 alla Russia, come “mafiosa”. Stando alle cronache giornalistiche anche Barack Obama rimase estremamente deluso, soprattutto in virtù del fatto che ospitò *Sir* Blatter alla Casa Bianca nel luglio 2009, mentre, stando ai giornali, pare che Putin non abbia avuto bisogno di scomodare ospiti illustri per garantirsi il massimo evento calcistico sul suolo del Paese di cui è a capo.

Nello specifico la candidatura degli Stati Uniti ebbe la peggio nei confronti del **Qatar**, piccolo Stato petrolifero sulla costa orientale saudita. Per garantirsi il “privilegio” di ospitare il Mondiale 2022 il Qatar ha investito in strutture e progetti sportivi in Stati come la Thailandia, la Nigeria, il Camerun e la Costa d'Avorio, Stati i cui delegati FIFA hanno fatto parte del consiglio dei votanti sull'assegnazione del Mondiale²². L'Inghilterra delusa ha invece accusato Blatter di corruzione; egli rispose dicendo che l'Inghilterra non sa perdere e si pone in modo arrogante nei confronti della FIFA in particolare e del mondo sportivo in generale. Leggendo diversi blogs e commenti online²³, dove si discute sulle

²¹ Sudafrica 2010 è stata la XIX edizione della FIFA World Cup™. Le altre edizioni furono (fra parentesi la Nazionale vincitrice): Uruguay 1930 (Uruguay), Italia 1934 (Italia), Francia 1938 (Italia), Brasile 1950 (Uruguay), Svizzera 1954 (Germania Ovest), Svezia 1958 (Brasile), Cile 1962 (Brasile), Inghilterra 1966 (Inghilterra), Messico 1970 (Brasile), Germania Ovest 1974 (Germania Ovest), Argentina 1978 (Argentina), Spagna 1982 (Italia), Messico 1986 (Brasile), Italia 1990 (Germania), Stati Uniti 1994 (Brasile), Francia 1998 (Francia), Corea e Giappone 2002 (Brasile), Germania 2006 (Italia).

²² Vedi <http://www.ilfattoquotidiano.it/2011/01/15/ws-j-così-il-qatar-si-e-preso-legalmente-il-mondiale-di-calcio/86589/> accesso 6 marzo 2011.

²³ Diversi quotidiani nella versione online permettono di inserire commenti da parte dei lettori. Sull'argomento specifico sono stati consultati soprattutto i blogs italiani de *Il Fatto Quotidiano* e

decisioni relative a Russia e Qatar, emerge oltre alle voci critiche anche l'opinione sulle opportunità positive relative all' assegnare l'organizzazione di un Mondiale a Stati che mai hanno ospitato l'evento. Opinioni contrastanti valutano invece le decisioni FIFA relative a Sudafrica 2010, Russia 2018 e Qatar 2022 come il tentativo di **aprire nuovi mercati all' “industria del pallone”**.

2.2.2 L'Africa entra nel mercato del pallone

Le vicende nell'assegnazione dell'ospitalità di un Mondiale possono essere lette alla luce della lente critica teorizzata da Bélanger che propone di utilizzare un approccio interattivo fra lo sport e l'economia politica in senso marxista (in Carrington e McDonald, 2009). Fulcro dell'analisi teorica di Bélanger è il concetto di **“urban sport spectacle”** che riprenderemo più avanti, nel capitolo dedicato agli stadi costruiti per Sudafrica 2010.

Tornando ai meccanismi e alla genesi dell' assegnazione del Mondiale 2010 al Sudafrica, bisogna ricordare che lo Stato africano si era già candidato all'organizzazione del Mondiale 2006 assegnato alla Germania. Come mostrano Jennings²⁴ (2006, 2010) e Darby (2002:189) durante la fase di votazione finale relativa alla decisione sul Paese ospitante, dei ventiquattro votanti (delegati di associazioni calcistiche internazionali) dodici votarono a favore della Germania.

In teoria, dopo la prima fase di votazione²⁵, il Sudafrica confidava di poter “pareggiare” con la Germania dodici voti a dodici. L'ultima parola sarebbe in tal caso spettata al Presidente Blatter. Un delegato, Charlie Dempsey, si eclissò però poco prima del voto. Dempsey era delegato dell'Oceania e un supposto voto a favore del Sudafrica. Stando al resoconto dei fatti da parte di alcuni reporter tedeschi (Jennings in Herzenberg, 2010:81, anche in *SoccerWeek* Aprile 29: 12-13) pare che Dempsey abbia ricevuto denaro per non votare, certo è che dopo la

della *Gazzetta dello Sport*.

²⁴Andrew Jennings, autore di numerose inchieste sulla corruzione interna agli organismi sportivi, è l'unico giornalista al mondo a essere stato bandito dalle conferenze stampa della FIFA.

²⁵Fase in cui la Germania si garantì 10 voti, il Sudafrica 6, Inghilterra 5 e Marocco 3.

sua non-votazione fu eletto membro onorario FIFA a vita (morì nel 2008, a onore di cronaca).

Nel 1998 Blatter, dimostrando buona conoscenza del “dare e avere” usato a fini economico-politici, promise ai votanti delle delegazioni africane per la Presidenza FIFA (il 25% dei votanti) di assegnare il Mondiale 2006 a uno stato africano. La promessa serviva a garantirsi la rielezione a Presidente con i voti degli organismi al potere nel calcio africano. Dopo le rimostre da parte della UEFA²⁶ relativamente al Mondiale di calcio 2006 da ospitare invece in Europa, Blatter si trovò quindi nella situazione di non poter mantenere le promesse sul primo Mondiale da assegnare all' Africa ma di non poterlo ammettere pubblicamente, pena i mancati voti “africani”, garanzia della sua permanenza sul cavallo del potere del calcio globalizzato.

Del resto non assecondare le richieste UEFA, negli **equilibri della “politica del pallone”**, non era probabilmente nemmeno da considerarsi visto l'Europa rimane uno dei mercati più abbienti per l' industria del pallone. La “sparizione” del voto del delegato dell'Oceania va quindi interpretata, oltre che come fatto di corruzione, come un modo per lasciare l'Africa altri quattro anni nell'attesa del suo primo Mondiale di calcio, mega-evento sportivo ma anche evento simbolico che riporta **alle retoriche sullo sviluppo di nuovi mercati**, nell'industria del calcio globalizzato in questo caso.

La FIFA World Cup™ può quindi essere strutturalmente interpretata come un evento politico ed economico di rilevante impatto globale rientrando inoltre nell'**industria dell'immaginario** teorizzata da Edgar Morin nel dibattito relativo l'industria culturale (1942: Adorno, Horkheimer) iniziato con la Scuola di Francoforte.

Nell'industria dell'intrattenimento e del divertimento lo sport, soprattutto il calcio, è diventato fondamentale e insostituibile elemento. Inoltre, attraverso la sua fruizione televisiva e nel mercato delle sponsorizzazioni, è una significativa

²⁶ Union of European Football Associations. La UEFA è organizzatrice degli europei di calcio e delle competizioni europee per squadre di club, l'attuale Presidente è l'ex calciatore francese Michel Platini.

componente del capitalismo transnazionale dei mega-eventi. (Bélanger, 2009 in Carrington e Mc Donald). La Coppa del Mondo di calcio non è più quindi solo un appuntamento per appassionati ma un mega-evento globale, un evento che diventa un **principio dinamico e propulsore nelle economie, nelle politiche, nelle narrazioni mediatiche e collettive** del Paese in cui viene ospitato. Così, in Sudafrica, a livello individuale il 2010 è ricordato soprattutto per la World Cup ospitata con successo e vinta dalla nazionale spagnola mentre a livello sovrastrutturale il 2010 può essere considerato l'anno in cui una **sofisticata forma di neo-colonialismo** è sembrata strutturarsi intorno all'evento sportivo.

2.2.3 Retoriche neo-coloniali e “sviluppo”: fra critiche e delusioni

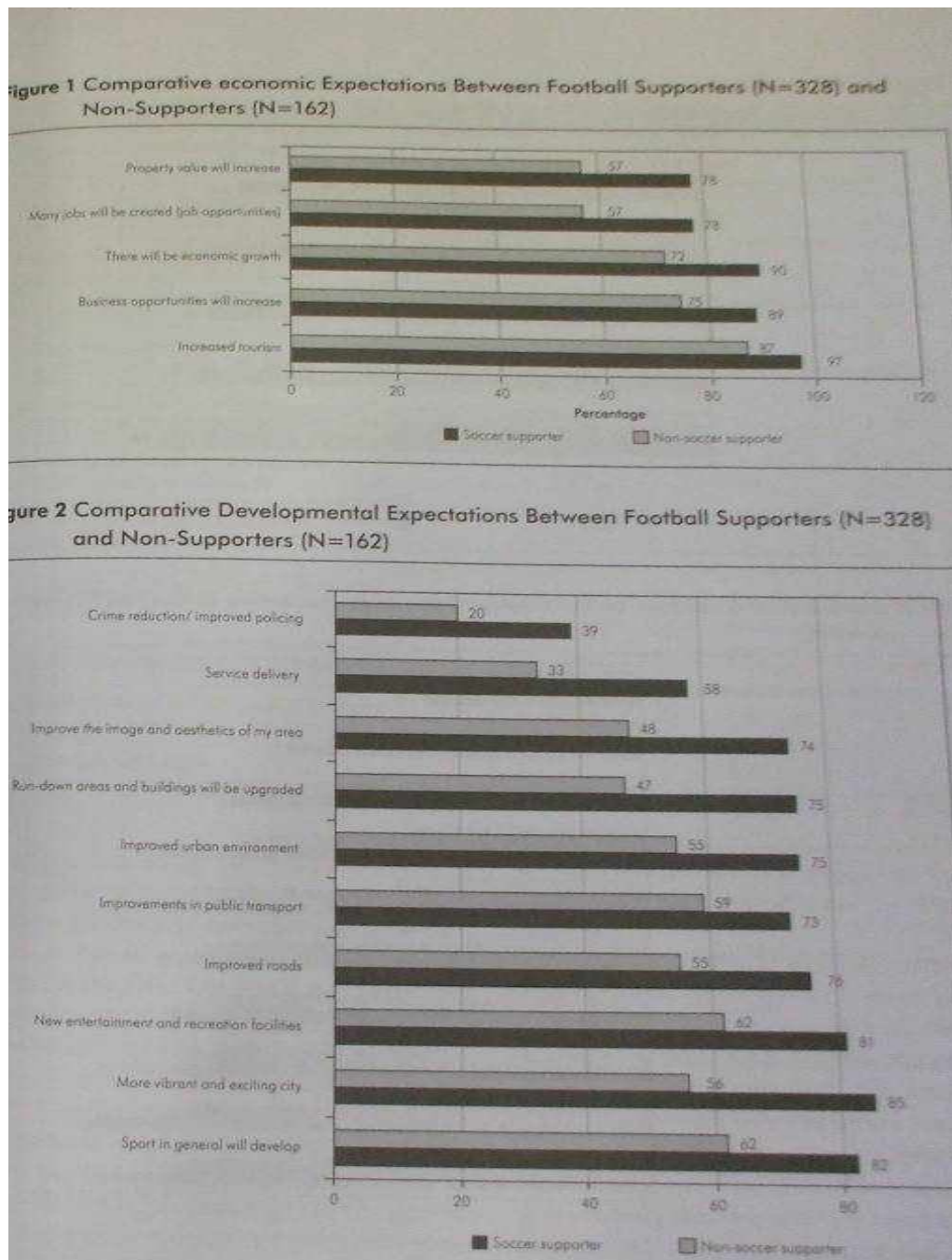
In relazione al Mondiale sudafricano una delle narrative dominanti è stata costruita sulle opportunità di crescita economica, di creazione di posti di lavoro e occasione unica di visibilità internazionale. Riassume così Herzenberg (2010: 1) :

They are (soccer spectators) considered important vehicles for promoting economic growth and stimulating urban redevelopment as a result of increased tourism, infrastructural improvements and short term employment.

Con specifico riferimento al nostro oggetto di studio, nel Mondiale in Sudafrica possiamo leggere retoriche simili **all'ideologia dello sviluppo** (Rist, 1997) che, strutturandosi sull'impatto economico e sociale che il grande evento dovrebbe veicolare, usa in modo etnocentrico il concetto di sviluppo, basandolo su un presunto modello occidentale di riferimento. Nelle figura 2.4 (Donaldson *e al.*, 2008 in AA.VV., Africa Insight) sono riassunti i risultati di una ricerca sulle aspettative dei sudafricani relativamente alle previsioni di “sviluppo” veicolate dall'ospitare la Coppa del Mondo di calcio. Le risposte degli intervistati sono state distinte fra le aspettative di chi segue il calcio regolarmente e quelle di chi invece

non nutre generalmente per esso alcun interesse.

Figura 2.4: aspettative relative al Mondiale 2010



Da numerose conversazioni sul campo sono emersi inoltre punti di vista molto critici nei confronti della FIFA. L'istituzione governante il calcio mondiale in numerose conversazioni avute sull'argomento è stata spesso definita come un organismo mafioso volto a perseguire solo i propri interessi economici. Anche su internet il dibattito relativo alla FIFA e al suo potere appare piuttosto vivace. Per esempio sul sito www.constitutionallyspeaking.co.za si leggono commenti di cui riporto un esempio:

I firmly believe that FIFA are just short of a Mafia operation and I remain unconvinced that our country stands to gain much as we could from the tournament. Prohibiting street hawkers and businesses to operate within a certain radius of the stadium is not only excessive, it also limits the economic benefits that could have been gained (29 gennaio 2010).

La FIFA proibì infatti nei luoghi del Mondiale come stadi e Fan Park la vendita ai commercianti di prodotti “non-autorizzati”, negando così l'opportunità di trarre benefici economico ai tanti “mercanti informali locali”.

Alcuni creativi crearono un logo con il gioco di parole *Fick Fufa* e *Mafifa* (invertire la i e la u nel primo caso, f di colore diverso come a formare una doppia parola nel secondo caso, come mostrano le immagini) come mostrano le figure 2.5 e 2.6.



Figura 2.5: Cartello FICK FUFA



Figura 2.6: Maglietta MAFIFA

La signora presso la quale ho alloggiato per un lungo periodo²⁷ accusava la FIFA di aver oscurato i siti internet e i link relativi alle possibilità di alloggio in case private e piccole Guest House per favorire la *Match Event Services*, compagnia di servizi “ufficiale della FIFA” incaricata, oltre che della vendita dei pacchetti “tutto compreso” per i visitatori durante la World Cup, anche dell’*Information Technology* dell’evento.

Tale teoria mi è sembrata in qualche modo troppo cospiratoria, oltre che un modo per giustificare il mancato arrivo di “turisti del pallone” nel periodo in oggetto, periodo in cui comunque la mia *landlady* applicò notevoli aumenti di prezzo. Altri piccoli proprietari di Guest House, invece, affermarono di non aver voluto aderire ai contratti con la *Match Event Services* in quanto grazie ai propri siti internet e alle proprie reti di marketing informale avrebbero comunque affittato i propri alloggi (anche in Rose, in Herzenberg, 2010:103).

Tornando ai fatti la *Match Hospitality* (branca della *Match Event*) si aggiudicò la gara, pare mai resa pubblica (*ibid.*: 106), per garantirsi i “diritti di ospitalità” durante Sudafrica 2010. Fra i comproprietari della *Match Event* figura Philippe

²⁷ Ho alloggiato nella Guest House in oggetto per sei mesi. La proprietaria, arrivata dallo Zimbabwe in seguito alla nazionalizzazione delle terre da parte di Mugabe, in ogni conversazione sul Mondiale di calcio definiva la FIFA come “big Mafia”.

Blatter, nipote del Presidente FIFA.

In pratica la strategia della *Match Hospitality* era di acquistare dagli operatori del turismo locale soluzioni d'alloggio, la società rivendeva poi le stesse soluzioni a prezzi decisamente più alti in quanto unico operatore turistico ufficiale FIFA.

Sulla questione Rose scrive (*ibid.*:102):

But this deal did not sit well with some guest house, who complained in 2008 of “being bulliet” into signing this punishing contract to allow them to “officially” sell rooms during the World Cup period at rates they felt were artificially low. Months of tension between Match and the tourism industry bubbled over on 3 November 2008, when the CEO of SA tourism, Moeteketsi Mosola, was widely applauded at the National Tourism Conference for publicly taking on Match. [...] Mosola said Match was asking for rooms “on unfavourable conditions” and presciently he asked “what is the point of the World Cup if there is no advantage for the industry?”

I vantaggi per l'industria. Il caso Sudafrica 2010 mostra bene come tali vantaggi siano soprattutto riservati ai protagonisti dell' “industria transnazionale dello sport”, spesso legati attraverso relazioni di potere alle istituzioni governanti trans-statali, come la FIFA.

Nelle retoriche degli organizzatori un evento sportivo globale dovrebbe portare vantaggi e opportunità per l'industria locale del Paese ospitante. Fra la Società *Match* e gli operatori locali del turismo sudafricano si instaurò una sorta di dinamica post-coloniale che ricorda le dinamiche dell' “**industria dello sviluppo**”.

Come molti altri piccoli operatori dell'industria del turismo e dell'ospitalità, anche la proprietaria della casa dove ho soggiornato si aspettava grandi guadagni nel periodo del Mondiale. Quando arrivai a Cape Town a fine gennaio 2010 e iniziai a cercare un alloggio per tutta la durata della mia permanenza, fino quindi alla metà di agosto, tutti i proprietari e gli agenti immobiliari contattati rispondevano che avrei dovuto liberare l' alloggio prima dell'inizio del Mondiale in quanto sarebbe stato affittato nel periodo della Coppa del Mondo (11 giugno-11

luglio 2010) a giornata e a cifre decuplicate.

Nella realtà invece, nonostante le aspettative, i piccoli operatori del turismo si trovarono a giugno e luglio con alloggi da affittare vuoti e trovare una soluzione abitativa a fine maggio 2010, a cavallo dell'inizio dell'evento sportivo, si rivelò molto più semplice che a fine gennaio, inizio dell'anno accademico in Sudafrica, periodo quindi in cui molti studenti cercano stanze nelle città universitarie, e inoltre media stagione turistica a differenza di giugno-luglio, considerata in Sudafrica bassa-stagione turistica.

Un report di Alan Winde della *Western Cape Finance, Economic Development and Tourism*²⁸ informa sul fatto che:

Despite the Western Cape's reputation as a tourist destination, the short term economic impact of the World Cup has been muted. The tourist figures are far lower than expected, and accommodation occupancy rates in the City Bowl, at just 55 percent, were well below expectation.

Un evento sportivo globale secondo alcuni punti di vista, dovrebbe quindi portare vantaggi e opportunità per l'industria locale del Paese ospitante. Invece fra gli operatori "ufficiali" connessi ai poteri dell'ente FIFA e gli operatori del turismo sudafricano s'instaurò una sorta di dinamica post-coloniale che richiama le dinamiche dell' "industria dello sviluppo", spesso volta a mantenere economicamente se stessa facendo credere, attraverso meccanismi ideologico-retorici, di portare opportunità e aiuti.

²⁸In *A preliminary Evaluation of the Impact of the 2010 FIFA World Cup™: South Africa* (2010:7) Scaricabile al link:
www.sah.ch/data/D23807E0/ImpactassessmentFinalSeptember2010EddieCottle.pdf.

2.3 Fra emozioni e contraddizioni

2.3.1 Contraddizioni del calcio

Se si è appassionati di calcio, a qualunque latitudine, spesso sorge spontaneo chiedersi: “si sa è un business dove gli scandali non mancano, i calciatori guadagnano cifre vergognose per rincorrere un pallone, spesso nemmeno impegnandosi, gli esempi di corruzione all’interno dell’ambiente abbondano, ma allora perché una buona parte degli esseri umani, senza distinzione geografica o “culturale”, continuano ad arrabbiarsi, a gioire, a dover vedere la partita se gioca la propria squadra?”

Le risposte possono essere molteplici e spaziano dalle teorie e ricerche sull’identità veicolata dal tifo sportivo (Alegi, 2002; Bromberger, 1995; Amstrong, Giulianotti, 1997, 1999, 2004; Vidacs, 2010) fino a essere argomento di rappresentazioni nella letteratura, nel cinema, nell’arte.

A mio avviso la partita di calcio è soprattutto una cerimonia collettiva, una sorta di simbiosi fra individuo e gruppo portatrice di una dimensione di trascendenza immanente. Nel caso studio di un Mondiale di calcio tale cerimonia è inoltre rappresentata e ampliata dai media internazionali.

Durkheim (1912: 311-313; in Aron, 1972:329), nella sua descrizione dei riti d'espiazione australiani scrisse:

...nello stesso momento, tutti i suoi compagni si sentono trasfigurati allo stesso modo e traducono il loro sentimento con le grida, i gesti, gli atteggiamenti, tutto avviene come se egli fosse effettivamente trasportato in un mondo speciale, del tutto diverso da quello in cui ordinariamente vive, in un ambiente completamente popolato di forze di eccezionale intensità, che lo pervadono e lo trasformano. Come è possibile che esperienze di questo genere, soprattutto quando si ripetono ogni giorno per settimane, non gli lascino la convinzione che esistano realmente due mondi eterogenei e non comparabili? Il primo è quello in cui egli trascina fiaccamente la vita quotidiana, nell'altro, invece, non può

penetrare senza entrare tosto in rapporti con potenze straordinarie che lo galvanizzano sino alla frenesia. Il primo è il mondo profano, il secondo quello delle cose sacre.

La descrizione di Durkheim si adatta perfettamente all'atmosfera durante una partita di calcio in un luogo affollato come uno stadio o uno spazio destinato alla visione pubblica delle partite.

Un'altra componente fondamentale nei novanta minuti della partita è il fatto che entro essa possono scorrere, nel pubblico, diverse emozioni umane. Dal dramma per un gol subito, all'esaltazione per un gol della propria squadra, dall'attesa all'ansia, fino alla gioia o alla delusione collettiva. Forse la risposta alla domanda posta inizialmente sta proprio nell'emozione che accompagna il tifoso, per l'antropologia ardua da spiegare o articolare in parole, teorie e concetti.

La stessa contraddizione della domanda iniziale è, se pur in altri termini e con l'aggiunta di connotazioni politico-economiche, relativa al Mondiale di calcio 2010 ospitato da un Paese che avrebbe priorità più urgenti da risolvere (percentuale di sieropositivi intorno al 25% sul totale della popolazione, povertà estrema in tante aree, disoccupazione, criminalità). Non è questione di essere a priori o contro il Mondiale in Sudafrica, ma si tratta di capire perché il tifoso continui a tifare nonostante il “marcio” nel calcio, perché si siano riempiti Fan Parks e stadi e i sudafricani abbiano seguito le partite in massa “assordando” il mondo con le vuvuzelas. Un commento in proposito rimanda al ricordo dell'elezione di Mandela unito al senso di unità nazionale:

There are some moments in life where you have to put aside well-honed cynicism and a diligently instilled sense of perspective. So it was for me last Friday [11 giugno 2010, inizio del Mondiale]...I chose, actively chose, to succumb to the idea that South Africa “this deeply wounded, divided country” was coming together, if just for one day. Or even one month. There was an undeniable “1994” atmosphere; my eyes misted and throat choked as everyone stood the national anthem just as they had on May 10 1994 at Mandela's inauguration. (Richard Calland, www.sportleader.co.za/richardcalland, giugno 2010).

Secondo Kuper e Szymanski (2009) un Mondiale di calcio porta soprattutto benefici intangibili spingendo in generale la popolazione del Paese ospitante a essere felice, al di là delle statistiche sui riscontri economici.

Forse, in parte, la risposta al successo globale del calcio va cercato nella sua incontrollabilità spesso casuale, al fatto di essere uno sport di “suspence” quindi, proprio perché il gol non è un'azione scontata e ricorrente nei novanta minuti della partita (a differenza invece di sport a punteggi alti, come il rugby o la pallacanestro), a esso si accompagnano emozioni più intense. Queste emozioni individuali che si esprimono, nella cerimonia della partita, in un contesto collettivo, se accompagnate all'euforia e alla felicità dell'evento possono aiutare a interpretare una parte della contraddizione iniziale.

L'emozione è culturale ma anche umana e biologica. Forse, la risposta al perché il calcio, nonostante scandali, corruzione, violenze e contraddizioni economiche, attivi entusiasmi globali va cercata anche nella “natura” delle emozioni, non solo nella loro “cultura”.

Nel caso-studio “Sudafrica 2010” per capire meglio la contraddizione insita nel calcio, e nelle sue esibizioni Mondiali, è utile l'esposizione di qualche punto di vista, sia critico che entusiasta.

2.3.2 Non è un Mondiale per poveri

Il movimento **Abahlali baseMjondolo**²⁹ con base a Durban ha svolto campagne di sensibilizzazione a Cape Town e anche in Italia sulla ri-locazione di residenti e operatori del commercio informale per far spazio alle strutture della World Cup. Inoltre a Cape Town, qualche mese prima del Mondiale, sembrava che gli *homeless* sarebbero stati allontanati dalla città per non dare “l'impressione di povertà” a visitatori e turisti del pallone. Il tema dell'*eviction* è molto sentito in Sudafrica. Troppo vicini sono i ricordi del District Six, quartiere a ridosso del

²⁹ In lingua zulu significa :“coloro che vivono nelle baracche”.

centro di Cape Town, i cui abitanti furono vittime di rimozione forzata dal 1968 in poi. Nel 1966 infatti il quartiere fu dichiarato “white only area”, sessantamila persone fra coloureds e neri furono spostati in township distanti dal centro.

Abahlali cercò quindi di sensibilizzare sulla questione World Cup e diritti civili, ponendosi nettamente in una prospettiva di critica radicale verso il Mondiale di calcio. A cavallo dell’inizio del Mondiale in Italia il movimento sudafricano, in collaborazione con il settimanale Carta, organizzò la **campagna “Mondiali al Contrario”** volta a sensibilizzare l’opinione pubblica sulle contraddizioni legate a Sudafrica 2010.

In realtà la questione abitativa in Sudafrica (il fatto per esempio che l’edilizia popolare di Stato sia generalmente distante dai centri città³⁰) non è un tema direttamente connesso al Mondiale, anzi è una questione sociale su cui Abahlali lavora dai giorni della sua fondazione, nel 2005. Le campagne di sensibilizzazione organizzate a cavallo dell’inizio della Coppa del Mondo, dimostrano quindi come anche la critica più serrata sia in parte strutturata e in un certo senso dipendente nelle sue modalità comunicative dall’evento a cui vuole radicalmente contrapporsi, vuoi per questioni di “emotività collettiva del momento” o vuoi per opportunità di visibilità mediatica.

Incontrai uno degli attivisti di Abahlali nei primi giorni del maggio 2010, periodo ormai vicino al *Kick Off* (calcio d’inizio, parola che in quel periodo era nel vocabolario quotidiano dei media). Dopo un iniziale atteggiamento sospettoso da parte del mio informatore (rimandò per due volte l’appuntamento, quando riuscimmo a incontrarci dovetti dimostrare di essere molto critica verso il Mondiale di calcio per farmi raccontare qualcosa della campagna Mondiali al Contrario) nella conversazione non trovai particolari punti d’interesse in riferimento alle questioni connesse al Mondiale di calcio che più mi premevano³¹.

³⁰ In genere, ed è un tema di rivendicazione forte del movimento Abahlali, la popolazione svantaggiata chiede case vicino ai centri città per avere maggiori opportunità di lavoro, il Governo invece tende a costruire “le case per i poveri” distanti dai centri città.

³¹ La storia e le dinamiche del movimento Abahlali sono senza dubbio interessanti e controverse (qualcuno ritiene dietro il movimento ci siano “bianchi europei”) nel panorama del Sudafrica contemporaneo ma richiederebbe una ricerca a parte. Per chi volesse approfondire rimando al sito www.abahlali.org.

Il discorso sull' **“estetica della povertà”** da “abbellire” in vista dei riflettori mediatici globali certo era una questione piuttosto controversa. Incontrai diversi senzatetto anche nel periodo della Coppa del Mondo, sia in centro, sia intorno allo stadio, sia a Sea Point dove vivevo e dove, in effetti, i senza fissa dimora erano stati vittime di “spostamenti” per rendere il lungo-oceano più “turistico” anche in tempi più remoti e “calcisticamente non sospetti”.

Il mio informatore del movimento Abahlali dal canto suo avrebbe lasciato il Sudafrica nel periodo del Mondiale. Non potei comunque esimermi dal dirgli che, dalle interviste e conversazioni svolte fino a quel momento, erano tante le persone entusiaste del fatto che il Sudafrica ospitasse la World Cup, anche nelle township e anche fra chi si trovava in una condizione socio-economica molto svantaggiata. Ciò è paradigmatico della contraddizione esplorata in precedenza: nonostante infatti le dinamiche di potere insite in un Mondiale di calcio e le giuste critiche su come il Sudafrica soggiogasse i suoi poveri in nome della buona riuscita mediatica dell'evento sportivo, non si possono certo negare l'entusiasmo del giorno del calcio d'inizio. Mi è sembrato piuttosto che talvolta la critica alla World Cup venisse strumentalizzata, se non a fini politici, ai fini di una critica ideologica radicale contro i “poteri del momento” (in questo caso le istituzioni del Mondiale sudafricano); una critica certo condivisibile ma in un certo senso fine a se stessa, se posta nei termini di un' occasione comunicativa globale (trainata peraltro dall'evento stesso oggetto di critica) da parte di movimenti sociali, NGO o partiti politici.

Il calcio come “oppio dei popoli” e strumento nelle mani del potere politico può sicuramente rappresentare un aspetto reale delle dinamiche del pallone, ma come antropologa non posso non cercare anche di capire perché collettivamente gli eventi di calcio abbiano un largo seguito mediatico globale e catalizzino, nelle strade e negli stadi, folle eterogenee unite dalle emozioni collettive condivise.

E' vero che il Mondiale in Sudafrica, come sostiene il movimento Abahlali, non è stato “un Mondiale per i poveri”, ma è altresì vero che anche gli strati più svantaggiati della popolazione vi hanno partecipato radunandosi intorno ai mega-

schermi, andando allo stadio e vestendosi dei colori del Sudafrica.

2.3.3 Entusiasmi collettivi

Diverse partite del Mondiale le vidi con Ephraim³², sicuramente non una persona in condizione avvantaggiata nel nuovo Sudafrica. Ephraim arrivò a piedi in Sudafrica dallo Zimbabwe, in seguito alla disperazione delle condizioni di vita sotto il regime Mugabe. Successivamente visse per strada per un periodo abbastanza lungo; grazie alla sua intelligenza e volontà e all'aiuto pratico di una NGO olandese riuscì a migliorare la sua vita da *homeless* iscrivendosi a scuola. Ephraim inoltre è un attivista sociale e nonostante la sua giovane età ha fondato una squadra di calcio i *Refuge VI*. E' molto attivo, informato e critico su temi sociali eterogenei.

Per i *Refuge*, come per tante altre realtà associative di volontariato, il calcio è, proprio in quanto spontanea modalità d'incontro, occasione di sensibilizzazione su temi "difficili" (soprattutto sulle questioni dei rifugiati, dell' HIV, della xenofobia in Sudafrica verso i migranti africani) e allo stesso tempo un modo per dimenticare i problemi quotidiani. Ephraim è stato diverse volte al Cape Town Stadium; dopo il Mondiale, anche a distanza di mesi, sosteneva:

(The world cup) It is a very good memory, the fan park, the stadium, the party on the street. A very good memory for all of my life. Did you remember? People, flags, I want to go to every world cup around the world...(conversazione personale- 10 dicembre 2010).

Un *homeless* della zona di Green Point, dove sorge lo stadio, invece mi disse: "*I really enjoyed the World Cup, I was there* (intorno allo stadio o al Fan Park) *all the time...*", nonostante non potesse certo permettersi un biglietto d'ingresso allo stadio.

Un medico della Ngo *Médecins Sans Frontières* scrive (in

³² Ephraim sta scrivendo un libro sulla sua storia con anticipazioni sul suo sito internet : <https://childmigrant.wordpress.com>.

www.sportsleader.co.za/extratime, anche in *Mail & Guardian*, 18 - 24 giugno 2010):

The World Cup spirit is felt everywhere here in Khayelitsha³³. Since I arrived a year ago from Brazil to work for *Médecins sans Frontières* in this impoverished township near Cape Town, I have never seen the patients so proud as today.

Fu la mia stessa impressione visitando e parlando con alcuni giovani residenti nella township di Philippi, qualche giorno prima dell'inizio del Mondiale.

La sera del calcio d'inizio su un taxi collettivo di ritorno dal centro città verso Sea Point (tragitto per il quale dovevo passare di fronte allo stadio dove quella sera si era giocata Francia-Uruguay, la prima partita del Mondiale al Cape Town Stadium) un gruppo di ragazze sulla via dello stadio per continuare i festeggiamenti continuava a urlare : "***We are privileged for the World Cup***". Data la caoticità della situazione non ho avuto modo di chiedere a cosa si riferissero nello specifico, probabilmente la frase era veicolata dall'atmosfera emotiva dei festeggiamenti. Comunque è probabile che, in diverse misure soggettivamente variabili e in diversi eventi collettivi, le emozioni possano annebbiare anche gli spiriti più critici.

Le scuole, durante il Mondiale in Sudafrica, furono chiuse con un prolungamento delle vacanze dalle due settimane canoniche di giugno-luglio alle cinque settimane per il 2010. Del resto, alcuni studenti mi dissero : “ *in which way we can studying if we thinking about soccer games?*”.

Come la festa o il Carnevale (Bachtin, 1965) un Mondiale di calcio va anche interpretato in un'ottica di sospensione delle attività quotidiane, come una contemporanea riaffermazione e negazione dell'ordine sociale, un rito, un momento celebrativo in rapporto con le entità superiori e universali dell'esistenza umana . Ad avvicinare il concetto di festa alla comprensione delle contraddizioni ed emozioni del calcio è la natura stessa di una partita, avvenimento chiuso in una

³³ Khayelitsha è una delle township più popolate di Cape Town.

dimensione spazio-tempo definita collettivamente e oggettivamente. Il concetto di festa va inoltre usato in riferimento **all'evento mediatico** che un Mondiale di calcio senz'altro rappresenta, una **festa in mondovisione** in cui il Paese ospitante ha l'obbligo di mostrarsi felice: per questo forse arriva a "spostare" i poveri dalle zone urbane dove la festa avviene, per non trasformarne l'emozione collettiva festiva in sdegno sociale globale.

2.4 2010: Euro-centrismo africano

2.4.1 Time for Africa has come

The challenge for African football and FIFA is to find a new paradigm of governance based on greater access to the decision-making processes in the international game (Danny Jordan).

La genesi dei rapporti tra la FIFA e il calcio africano sembra ripercorrere la storia coloniale e le relazioni Europa-Africa. L'assegnazione del Mondiale 2010 al Sudafrica dimostra come i giochi di potere interni alla FIFA abbiano fatto considerare le Federazioni di calcio africane come serbatoi di voti, nel gioco delle lobby di potere interne. Come mostra Paul Darby (2002), analizzando da un punto di vista storico i rapporti fra l'organismo internazionale del calcio e le federazioni africane, la **relazione Africa-FIFA** ha funzionato sia come catalizzatore dell'influenza economico-culturale occidentale, sia come componente identitaria africana nazionale e continentale. Del resto tale relazione può essere agevolmente letta alla luce del concetto di **situazione coloniale** (Balandier, 1955).

Così la fondazione della ***Confederation of African Football (CAF)*** nel 1957 va inserita nel più generale processo che ha portato alle indipendenze degli Stati africani nell'arco di quel decennio. Agli osservatori e agli "addetti ai lavori" il concetto che le relazioni globali nel mondo del pallone siano state spesso

sinonimo di neo-colonialismo è piuttosto chiara:

For figures like Jules Rimet, Arthur Drewry and Stanley Rous, football, like Christianity was viewed as something which was good for the savages and as such it was FIFA's mission to develop the game in the farthest flung corners of the globe (Darby, 2002:22).

Sadly, the bulk of the story of African football reads almost like a subtext of the history of dominance by mainly European football and the scramble to maintain its position of power (Danny Jordan in Darby, 2002:ix).

Questa consapevolezza della relazione euro-centrica che la FIFA ha instaurato nei confronti del Sudafrica sembra però non abbia portato a un mutamento delle relazioni di potere con l'organismo a capo del calcio mondiale.

Nell'analisi delle retoriche e delle narrative usate dal Sudafrica e dal Marocco nella campagna di promozione volta all'assegnazione del Mondiale di calcio Cornelissen (2004) mostra come centrale fu lo slogan "*It's Africa turn*" legato all'opportunità mai "concessa" prima di ospitare il mega-evento. Nel processo che ha portato le due Nazioni a contendersi l'ospitalità del Mondiale entrambe hanno fatto ricorso a una strategia così riassunta (Cornelissen, 2004: 1302):

both countries' campaigns consisted of an emotive framing of their bids not only highlighting their infrastructural and football advantages vis-a-vis the other contenders but also projecting an image of Africa as somewhere that has long been neglected by the Western world and which, as recompense, should be awarded the finals. This projection paradoxically both challenged and reinforced predominant conceptions of the marginalization of the African continent.

Il concetto di "Africa" sembra quindi essere stato usato, nelle narrative per l'assegnazione del Mondiale, in senso riduzionista. Il significato dello slogan "*it's Africa Turn*" pare rimandare a **un'idea di Africa come genericamente unita e uguale**, che forse in parte vede ancora se stessa come se dovesse essere

approvata, in senso paternalistico, dall'Occidente. Tale approvazione paternalista "neocoloniale" non può oggi prescindere dalla visibilità mediatica che l'ospitare un Mondiale di calcio veicola.

Alla vigilia dell'annuncio FIFA del 15 maggio 2004 analizzato in precedenza, Thabo Mbeki, all'epoca Presidente dopo la Presidenza Mandela disse (*ibid.*:1303):

This is an African journey of hope-hope that, in time, we will arrive at a future when our continent will be free of wars, refugees and displaced people, free of tyranny, of racial, ethnic and religious divisions and conflicts, of hunger and the accumulated weight of centuries of the denial of our human dignity...Nothing could ever serve to energize our people to work for their and Africa's upliftment more than to integrate among the tasks of our Second Decade of Democracy and the African Renaissance our successful hosting of the 2010 Soccer World Cup.

Analizzando le parole di Mbeki alla luce delle conversazioni, letture e riflessioni svolte durante il periodo sul campo, emerge anche l'aspetto relativo al come l'ospitare un Mondiale di calcio sia stata considerata un'opportunità per dimostrare al mondo che l'Africa "ce la può fare". Non a caso è stato spesso ripreso, in riferimento all'organizzazione dell'evento sportivo, soprattutto dai media occidentali, l'obamiano "yes we can". Scrive St Luis (2009) in un'interessante analisi («Post-Marxism, black Marxism and sport» in Carrington-Mc Donalds: 117):

James, Nkrumah and the Ghana Revolution (1977) James here discuss "the myth" of the superiority of the colonizer and inferiority of the colonized as legitimating and justifying colonial benevolence and paternalism. But while the myth helps support the survival of colonialism it is not a static form: instead it is adaptive and transforms, it makes concessions and accommodations-for example, it reinforces self-determination as an ideal but also asserts the principle of "under correct conditions", conditions that are always just out of reach as well as overseeing piecemeal change such as the nomination of selected locals to legislative councils.

Come linea teorica sembra adattarsi bene al Mondiale sudafricano, nel rafforzamento dell'auto-determinazione ma sempre sotto “**condizioni di controllo**”.

Il lavoro di ricerca della collega Sophie Nakueira, incontrata durante il periodo di lavoro sul campo, è teso a mostrare come la Nazione ospitante debba stare ai regolamenti della FIFA, creando spesso nuove leggi o regolamenti, o rischiando la violazione della libertà di stampa (in Sudafrica nel 2010 il dibattito su questa tema è stato intenso, lo vedremo più avanti) per poter “soddisfare” i requisiti richiesti dall'istituzione governante il Mondiale.

Altro “vizio coloniale” è relativo al fatto che il concetto di “Africa” sia apparso spesso usato in senso riduzionista nei suoi significati di un'Africa genericamente uguale da Tangeri al Capo di Buona Speranza. Nel proporsi alla FIFA Marocco e Sudafrica riproducono le rappresentazioni post-coloniali come nota Cornelissen (2004: 1293) :

Against the background of the generally tenuous position the continent occupies in the wider international system, and of its overwhelmingly negative representation, the two countries' replication of neo- colonial ties and use of postcolonial rhetoric both aided and hampered their bid campaigns.

L'approvazione paternalista “neocoloniale” non può, del resto, prescindere oggi dalla visibilità mediatica che l'ospitare un Mondiale di calcio veicola. In Sudafrica spesso l'accento è stato posto sulla questione dell'immagine della Nazione obbligata a “mostrarsi in forma davanti al mondo”, ovviamente tramite gli schermi televisivi, i *mediascapes* che, secondo le ideologie dell'industria dello sviluppo, avrebbero altresì veicolato “opportunità economiche da parte di operatori stranieri”. Anche l'economia globale e le dinamiche post-coloniali della contemporaneità si snodano attraverso le immagini televisive.

2.4.2 L'attesa: critiche e conto alla rovescia

Sono arrivata a Cape Town a fine gennaio 2010 e l'attesa per l'11 giugno, giorno del *Kick off* fra Sudafrica e Messico, sembrava proseguire da un pezzo. Conti alla rovescia ovunque, sui giornali, per strada, attraverso radio e televisioni, ricordavano costantemente quanti giorni mancavano all'evento sportivo. Anche la frase "*After the World Cup*" sembrava entrata nel vocabolario collettivo, come a indicare una sorta di spartiacque temporale, un prima e un dopo. Il tempo dell'attesa insomma, del si vedrà, ci si ripenserà, per ora si attende il mondo che gioca a pallone.

Crapanzano (1985) in un'interessante etnografia sulle relazioni fra bianchi sudafricani (inglesi verso boeri ed entrambi verso neri e coloureds nella cittadina chiamata con lo pseudonimo di Wyndal, nel Western Cape), scrive delle pagine molto interessanti sul concetto di attesa. Per Crapanzano, nelle parole di uno dei suoi informatori emigrato dal Sudafrica verso gli Stati Uniti in quanto non poteva più aspettare un "qualcosa che doveva accadere ma non accadeva" (la fine dell'apartheid). "*Waiting for something, anything to happen*", emerge come una preoccupazione costante che sembra impregnare tutto ciò che emerge durante il suo lavoro sul campo (Crapanzano, 1985:43). Certo il contesto storico-sociale della ricerca di Crapanzano è molto diverso rispetto al 2010 del Mondiale di calcio ma ciò che scrive aiuta a descrivere l'atmosfera di attesa respirata a Cape Town (*ibid.*:46):

Waiting is infused with desire. It is positive modality, it is directed towards something that is desired: It is longing. In its negative modality it is directed towards something that is not desired: It is dread. (Given the ambivalence of human desire, waiting is both a longing and a dread. Did not Kierkegaard call dread a "sympathetic antipathy and a antipathetic sympathy?") Waiting's desire is magical since there is nothing in pure waiting that we can do but wait, have faith, hope for the best, as the saying goes and prepare for the worst. Hope in the field of desire is waiting. It is where desire is given free play.

Così come rappresentato nella vignetta satirica in figura 2.7 il tempo dell'attesa cambia addirittura le proprio date, non è più un giorno e un mese ma è il novantanovesimo giorno di conto alla rovescia prima del calcio d'inizio. È una vignetta, ma rappresenta bene l'atmosfera collettiva del pre-World Cup: chi attendeva per cercare di fare affari con i turisti, chi come già raccontato per affittare qualunque locale libero nella proprio casa, chi invece rimandava a dopo la World Cup decisioni importanti, che per cercare lavoro o espatriare, chi per tornare in visita ai familiari in Zimbabwe o Nigeria.

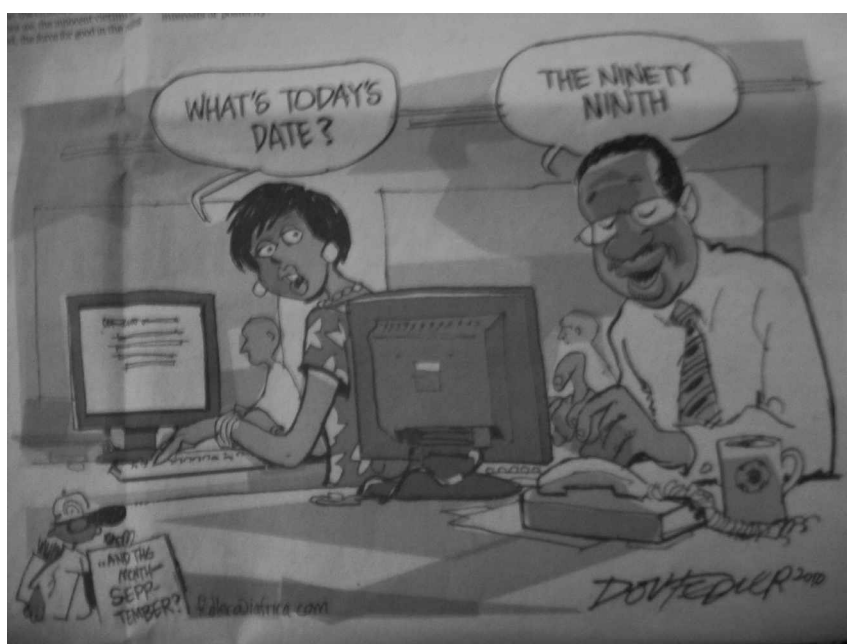


Figura 2.7: vignetta satirica sull'attesa del Mondiale pubblicata sul *Cape Times*

Il tempo dell'attesa è quindi sia tempo del desiderio, sia tempo della preoccupazione per la sicurezza e i preparativi; è anche il tempo in cui si cerca di rispondere alla domanda presente nei media internazionali: *Is South Africa ready for 2010?* Giusto per avere un'idea del dibattito globale proviamo a digitare in Google, con le virgolette, le parole: “ *South Africa is ready to host the World Cup*”, avremo circa 13.000 risultati (ultimo accesso 16 aprile 2011). La questione

era dunque molto accesa e sembrava stare a cuore soprattutto ai media anglosassoni.

Vediamo ora alcuni commenti inviati via telefono alla rubrica dei lettori del quotidiano *Cape Times*, *Sms Feedback*, rubrica che spesso ospitava lettere e messaggi relativi all'attesa e all'organizzazione dell'evento sportivo:

We will host the best World Cup ever. We will have a crime free World Cup. We will win this World Cup. Why? Because we are the Rainbow Nation and we always surprise the world. **The World Cup is one time in our lives** where we don't have to worry about politics or the economy...we will just disk³⁴! Viva vuvuzela!

Anche la frase "*is once in a lifetime*" mi è stata ripetuta spessissimo, è una volta nella vita, va vissuta con entusiasmo ed emozioni, smettiamola di criticare.

Una delle critiche più rilevanti al Mondiale di calcio in Sudafrica è stata relativa alle spese economiche sostenute per le infrastrutture (stadi, mezzi pubblici, spese per la sicurezza) in un Paese dove il divario fra ricchi e poveri è calcolato fra i più alti al mondo³⁵. Senza scomodare la statistica appare subito chiaro anche a osservatori poco attenti come nella "Nazione Arcobaleno", e soprattutto a Cape Town, il contrasto fra estrema indigenza ed estremo lusso sia decisamente evidente. Si possono infatti trovare scuole private d'eccellenza e scuole pubbliche prive dei mezzi basilari, ville sull'oceano da rivista patinata e township dove i servizi igienici comunitari sono inutilizzabili. L'attesa del Mondiale è stata quindi caratterizzata dall'entusiasmo per l'evento ma anche dalle critiche mediatiche locali e internazionali sull'uso delle risorse economiche, soprattutto per quanto riguarda la costruzione degli stadi.

³⁴ La Diski Dance è la danza "ufficiale" del Mondiale.

³⁵ In Sudafrica è calcolato un coefficiente di Gini fra i più alti al mondo. Il coefficiente di Gini misura statisticamente la distribuzione del reddito nel Paese, a un coefficiente alto corrisponde un alto divario economico fra la popolazione.

2.4.3 Preoccupazioni locali e afro-pessimismo mediatico

Alcune notizie hanno fatto temere per la sicurezza durante l'evento sportivo. Puntuale la minaccia di **attacchi da parte di al Qaeda** soprattutto verso le nazionali di Inghilterra e Stati Uniti. Guarda caso, probabilmente a caccia d'informatori e rassicurazioni, il giorno della notizia delle minacce terroristiche al Mondiale due giornalisti sportivi italiani mi contattarono. Il primo, che non era mai stato in Sudafrica, via e-mail sembrava piuttosto spaventato. Il secondo, per telefono, mi disse che in effetti in Italia era stata data così tanta rilevanza alla notizia di possibili attacchi terroristici durante il Mondiale perché, casualità, quel giorno non c'erano altre notizie di rilievo. Io, da Cape Town, poca percezione avevo avuto delle minacce di Al Qaeda, certo il possibile attacco era preso in considerazione dagli addetti alla sicurezza internazionale ma sia nei media sudafricani sia nelle conversazioni quotidiane, più che il terrorismo internazionale a spaventare e a far temere per una "*Safe World Cup*" era il crimine locale.

Fra i miei informatori solo uno dimostrò eccessivo pessimismo relativamente ai preparativi della Coppa del mondo e ai possibili attacchi del terrorismo internazionale: Dave, di professione portiere d'alberghi e residence, doppio passaporto anglo-sudafricano. Spesso i suoi punti di vista sembrava riflettessero le critiche dei giornali inglesi verso il Sudafrica, coi quali comunque si riteneva sempre abbastanza d'accordo. La sua opinione verso i quotidiani sudafricani del resto appariva piuttosto critica, li reputava "troppo locali, danno poco spazio agli esteri e troppo spazio al gossip". Sull'attesa e sui preparativi del Mondiale mi disse:

"South Africa is not ready to host the World Cup, it's just a sixteen years Democracy... you see, also the stadium is not ready [...] and to accommodate people from overseas in Cape Town the hotels are not enough [...] our police is not fast, you see... these big Mama (woman) as police staff, in which way they can catch the criminals?... if

something bad going to happen to an American tourist the international media make a disaster and we will be ruined forever...did you know Munich terrorist attack during the Olympic Games? If going to happens the same...Al Qaeda you know? is a good occasion to make an attack....” (conversazione personale-18 febbraio 2010)

Durante il Mondiale invece le preoccupazioni di Dave sembravano scomparse lasciando il posto a orgoglio nazionale, divertimento e forte senso di coesione sociale. Le preoccupazioni per la sicurezza sembravano dimenticate anche perché l'organizzazione e la festa procedevano senza incidenti di rilievo e con un seguito collettivo entusiasta. Ecco un commento sul nesso fra buona riuscita dell'evento, afro-pessimismo mediatico internazionale e nuovi media:

There is a distinct meme out there on the internet, and so some extend on the streets, that the world is hating us. That everyone is out to spoil our party, to take away our vuvuzelas and pooh-pooh on our parade. Every day all I read on Twitter, Facebook, and in the news, are people saying that the world is lying about us, making up stories, exaggerating the problems and playing down the positives. People seem obsessed with headlines from Sky TV and the *Daily Mail*, as if they represent the entire world's opinion. That's like me judging South Africa on the crap spewed out by *You* magazine and the *Daily Sun*³⁶. I'd be a fool if I did. (David J Smith, commento pubblicato in *Mail & Guardian*, 18-24 giugno 2010)

Nel commento, oltre alla percezione di afro-pessimismo dei media inglesi e internazionali è implicita una maggior fiducia dei social network rispetto ad alcuni media tradizionali, come i tabloids. La dialettica media tradizionali/social media è una dinamica che, lungi dal portare contrapposizioni o esclusioni fra le due categorie di “prodotti d'informazione”, sembra diventare molto interessante se pensiamo alla necessità che, in futuro, avranno i media tradizionali di essere il più “sinceri” e obiettivi possibile. Qualunque lettore, attraverso i social media potrà infatti verificare le informazioni o farsi delle opinioni più approfondite e

³⁶ *Daily Mail* è il tabloid inglese, *You* e *Daily Sun* sono un magazine e un tabloid sudafricani.

molteplici accedendo a Twitter e Facebook, o semplicemente leggendo i commenti dei lettori a un articolo giornalistico tradizionale.

Un altro fatto che nel 2010 ha in parte riportato il Sudafrica ai giorni dell'apartheid, ed è sembrato incidere in prospettiva nelle dinamiche dell'attesa e sulla sicurezza durante il Mondiale, è stato l'assassinio, ai primi di aprile del 2010, di Eugene Terre' Blanche, leader del vecchio partito nazionalista pro-apartheid AWB. Terre' Blanche fu ucciso da un dipendente della sua fattoria apparentemente per motivi di denaro, ma ciò è bastato a far rivivere i fantasmi del passato e a porre numerosi interrogativi sulla **sicurezza del Mondiale di calcio in relazione ai conflitti razziali**.

Soprattutto da parte dei tabloids inglesi la critica e la preoccupazione per un Sudafrica non pronto a ospitare il Mondiale sembrava essere il punto di vista predominante. La situazione coinvolse anche gli incontri politici ufficiali tanto che Jacob Zuma durante una visita a Londra arrivò a dire:

“When the British came to our country they said everything we are doing was barbaric, was wrong, inferior in whatever way. Bear in mind that I'm freedom fighter and I fought to free myself also for my culture to be respected”

Nello specifico Zuma accusava la stampa inglese di non rispettare la sua persona e la sua cultura criticando le sue pratiche poligamiche. Per esempio il *Daily Mail* attaccò Zuma scrivendo, nella persona del giornalista Stephen Robinson :

Jacob Zuma is a sex-obsessed bigot with four wives and 35 children. So why the Britain fawning over the vile buffoon (in *Cape Times*, 3 marzo 2010 e *Mail and Guardian* 4 marzo 2010).

L'attacco alla vita privata di Zuma mi sembra effettivamente essere in parte in relazione con **l'operazione di afro-pessimismo post-coloniale** relativa alla preparazione del Mondiale in Sudafrica di cui soprattutto la stampa inglese si rese

protagonista. È anche vero, comunque, che durante una conversazione con alcuni cattolici fortemente osservanti durante l'evento "Cape Town for Jesus" (una sorta di benedizione collettiva del Cape Town Stadium di cui avrò modo di scrivere più avanti) mi fu detto che si vergognavano di Zuma: la loro preoccupazione era l'impressione che avrebbe dato ai media internazionali un Presidente con tre mogli, accusato fra l'altro di stupro da una delle ex. La mia impressione invece è che i media inglesi si sarebbero sicuramente occupati molto meno di Zuma se il Sudafrica non fosse stato il Paese ospitante i Mondiali di calcio. Del resto c'era già il "Bunga Bunga" italico a dare argomenti di opinione sui leaders stranieri.

A livello internazionale un acceso dibattito attraverso i media si scatenò anche in seguito **all'attacco al pullman della Nazionale del Togo** che, nel gennaio 2010, stava raggiungendo l'Angola per la Coppa d'Africa, torneo biennale fra le rappresentative nazionali del continente. L'autobus dei nazionali del Togo fu attaccato nell'enclave angolana di Cabinda, zona dove da diversi anni gruppi di ribelli rivendicano l'autonomia politica. Ora, per l'attacco alla Nazionale del Togo a Cabinda, a più di tremila chilometri di distanza da Cape Town, si arrivò a temere per la sicurezza dei Mondiali, quasi come dire che, in seguito a una rivendicazione violenta dei terroristi dell'ETA a Madrid o dei ribelli del Kurdistan a Istanbul, si arrivi a temere fortemente per la sicurezza di una manifestazione sportiva a Roma o a Londra.

L'afro-pessimismo mediatico occidentale relativamente al collegamento "attacco in Angola uguale probabile attacco in Sudafrica durante i Mondiali" dimostra come la conoscenza media del "continente Africa" veicolata dalla stampa internazionale sia spesso piuttosto generica. Certo il mondo è globalizzato ma il fatto che in Angola si sia trattato di una rivendicazione terroristica a sfondo locale è sfuggito nella generalizzazione mediatica che sembra spesso rimandare al concetto di Orientalismo (Said:1978) per via delle rappresentazioni generiche, superficiali e "imperialisticamente connotate" del continente Africa.

2.5 Fra il blog e il diario di campo

Durante il periodo sul campo ho tenuto un blog sul sito www.altrimondiali.it. I “pezzi” messi in rete possono anche venir letti come una sorta di diario di campo rielaborato. Riporto quindi al termine dei capitoli alcuni di questi “pezzi”: mi pare possano essere di aiuto per una migliore comprensione del contesto.

Il Sudafrica aspetta il mondo Sensazioni, parole e sentimenti collettivi a due settimane dal calcio d’inizio

Mancano due settimane al calcio d’inizio che assegnerà la Coppa del Mondo a quattro anni dall’essere stata baciata da Cannavaro e dagli “eroi azzurri di Berlino”, quindici giorni all’apertura delle danze intorno al pallone, fra Sudafrica e Messico, allo stadio Soccer City di Johannesburg. Il conto alla rovescia è iniziato prima, molto prima, forse da quando Madiba ha dichiarato, nel 2004, all’annuncio FIFA di aver scelto la Repubblica del Sudafrica come Paese ospitante della World Cup 2010, di sentirsi come un ragazzino di quindici anni.

Oggi, fra incasinamenti nel sistema di gestione della biglietteria online, fra code notturne alle rivendite per avere un biglietto e poter così raccontare di “esserci stati” alla prima World Cup in Africa, fra critiche alla FIFA e suonar di vuvuzelas si aspetta passino queste due settimane. Nel frattempo ci sono le amichevoli dei Bafana Bafana, ieri contro la Colombia (2-1 per i Bafana, tutte e tre le reti su rigore) lunedì scorso contro la Bulgaria. Ieri per radio, sulla via dello stadio, qualcuno dichiarava di essere contentissimo di essere bloccato nel traffico per raggiungere il Soccer City e seguire i “ragazzi”. Nel frattempo il venerdì è stato dichiarato “Football Friday”, giorno in cui i dipendenti pubblici e l’intera nazione è invitata ad andare al lavoro indossando la maglietta gialla dei Bafana. Anche nelle sedute politiche riprese dalla SABC, la televisione nazionale e canale ufficiale della Coppa del Mondo, c’è chi indossa la divisa d’ordinanza, la

maglietta della Nazionale di calcio, segno identitario collettivo, simbolo di una nazione che con lo sport, nel 1995 con la Coppa del Mondo di Rugby, oggi con il calcio, cerca di superare il tempo delle panchine “white only”. Nel frattempo gli studenti gioiscono delle quattro imminenti settimane di vacanza in concomitanza con i giochi, in genere in questo periodo le vacanze sono di due settimane, nel 2010 lo strappo alla regola : *“because of the World Cup”*.

Il Sudafrica è pronto a mostrarsi nelle televisioni di tutto il mondo, oggi mi è stato detto: *“fa niente non ho un biglietto, è troppo caro per me, ma è bello sapere che la Coppa del Mondo è qui, dove vivo, la vedrò comunque in televisione, come sempre, ma è più entusiasmante sapere che è dove vivo.”*

Per mostrarsi in televisione Cape Town ha costruito il Cape Town Stadium, fra la montagna e l’oceano, soprannominato “elefante bianco”, stadio che costa 2.8 milioni³⁷ di rand di elettricità al mese; nel frattempo le bollette elettriche aumentano, i ferrovieri scioperano creando code per cui ci vuole una pazienza infinita, quella dei pendolari che aspettano di prendere gli unici autobus operativi. Per mostrarsi in televisione i senzatetto della città vengono spostati a trenta chilometri dal centro in una sorta di *no man’s land* che qualcuno definisce campo di concentramento; così si dà un’immagine migliore di Cape Town, avranno pensato gli ideatori della faccenda. L’idea è quella dell’investimento a lungo termine: mostrandosi “bello e sicuro” nelle TV del mondo il Sudafrica si fa conoscere, attirando turisti e investitori quando i riflettori sugli stadi saranno spenti. Secondo un’altra corrente di pensiero invece, il Sudafrica si troverà presto a pagare i debiti fatti per gli stadi e i lavori “per mostrarsi meglio al mondo” e assecondare così le richieste capricciose e un tantino neo-coloniali della FIFA, la quale sostiene di “dover tutelare il proprio prodotto”, la World Cup, assicurandosi che il Paese ospitante rispetti determinati standard *world-class*.

E così, mentre sulle automobili e sui matatu³⁸ aumentano di giorno in giorno le bandiere nazionali al vento, mentre in radio e in TV rimbalzano gli slogan: *“We are ready to welcome the world”*, *“Feeling it’ is here”*, *“Once in a life time”*,

³⁷ Intorno ai 250.000 euro.

³⁸ Il Matatu è un pulmino a otto posti, generalmente usato come taxi collettivo.

mentre la FIFA crea una polizia speciale per individuare e multare chi utilizza il marchio registrato “FIFA World Cup 2010™” senza l’autorizzazione dell’ente supremo del calcio mondiale. Così, mentre le Nazionali dal mondo stanno arrivando e si scopre che l’albergo che doveva ospitare la Germania è stato costruito senza le necessarie autorizzazioni (e che sarà mai, al bando la “precisione”, stereotipo tedesco); mentre si spera che i Bafana Bafana facciano il miracolo ma si scommette sul Brasile, mentre si aspetta e i disoccupati fanno la coda davanti al municipio per garantirsi un mese di lavoro come pulitori di strade durante i giochi, nel mentre vien da chiedersi che succederà “After the World Cup”. “After the World Cup” Amnesty International prevede un riacutizzarsi degli attacchi xenofobi nel Paese. “After the World Cup” appare ormai come una determinante temporale, una sorta di prima e dopo l’evento che farà storia. E il calcio fa storia, è nelle memorie collettive, è nella memoria popolare, sicuramente più interessante, come antropologa, della memoria istituzionale. Per ora si aspetta l’evento, il 2010. In bene o in male, felicemente o criticamente, il fatto che una Repubblica di soli sedici anni aspetti, mediti, parli, si emozioni o si arrabbi per tutto ciò che rotola intorno a quello che, in fondo, è solo un gioco, è già da ricordare.

CAPITOLO 3

Media, Sport e Identità post-apartheid

Leggere le notizie è la
preghiera dell'uomo laico
(Hegel, 1813)

Il complesso discorso sull'identità sudafricana si collega in modo molto netto al panorama mediatico nazionale e locale, il quale anche attraverso le rappresentazioni dello sport, tende a riprodurre le **categorie etnico-razziali, eredità delle politiche dell'apartheid.**

Per comprendere meglio tale questione traccio in questo capitolo una sintesi dell'audience dei differenti media (televisione, radio, stampa), audiences che richiamano fortemente le costruzioni identitarie. Il calcio, in tale contesto mediale, è oggetto di dinamiche identitarie allo stesso tempo coerenti e contraddittorie, situandosi in modo simbolico e metaforico fra il locale e il globale, fra l'identità nazionale sudafricana e le particolarità delle identità locali del Western Cape, sullo sfondo di una celebrata, discussa e orgogliosa identità panafricana.

Il Mondiale Sudafrica 2010 ha rappresentato, in modo forse solo “estetico” ed emotivo, ed è stato rappresentato dai media, come un forte momento di coesione sociale (sud)africana. La coesione sociale non è apparsa comunque disgiunta dal conflitto, un conflitto identitario-politico che nella Nazionale di calcio dei Bafana Bafana trova ideale “oggetto” di rappresentazione.

Il 2010 è stato inoltre teatro in Sudafrica di un acceso dibattito sulla libertà di stampa, in seguito alla proposta, da parte del Governo dell'ANC³⁹, di istituire alcune norme legislative limitanti la libertà d'informazione proprio in virtù di questioni d'interesse e coesione nazionale.

³⁹African National Congress, partito di maggioranza.

3.1 Mass-Media dal vecchio al nuovo Sudafrica: panoramica

3.1.1 I media come metafora della Nazione Arcobaleno

In uno Stato dove le lingue ufficiali⁴⁰ sono undici, tutte formalmente riconosciute dalla Costituzione, le questioni relative ai mass-media sono strettamente legate alla costruzione (o decostruzione post-apartheid) delle identità nazionali, a loro volta legate alla “lingua d'uso” quotidiana. Così, **l'usare una determinata lingua** nelle rappresentazioni mediatiche già in una certa misura **definisce l'audience di ricezione di un giornale**, di una radio o di una trasmissione televisiva. Del resto, il panorama mediatico sudafricano è di estremo interesse nell'analisi delle relazioni fra politiche nazionali, comunità immaginate (Anderson, 1983) e significati legati alle rappresentazioni dello sport, relazioni che rappresentano potenti catalizzatori identitari. Lo sport e le immagini a esso legate sono inoltre elementi simbolici di utilizzo pubblicitario commerciale. Come vedremo il caso della Coppa Mondiale di calcio 2010 è stato paradigmatico in tal senso.

Per meglio comprendere le dinamiche relative alle connessioni fra sport, media e identità sudafricane appare prima necessaria una sintesi (compito arduo vista l'ampiezza e l'interesse dell'argomento) sul ruolo e le caratteristiche dei media nella costruzione del “*New South Africa*”. Partiremo dalla televisione, per accennare successivamente al ruolo della radio e dei quotidiani d'informazione.

⁴⁰ Afrikaans, Inglese, Ndebele, Northern Sotho, Sotho, Swazi, Tswana, Tsonga, Venda, Xhosa, e Zulu. A Cape Town le lingue parlate sono in maggioranza l'inglese come “lingua franca” nel lavoro, nelle università, fra gli espatriati e i sudafricani d'origine inglese; l'Afrikaans da parte di coloureds e comunità d'origine boera e lo Xhosa fra la popolazione “Black”. La lingua parlata ha quindi una forte connotazione “etnico-identitaria”.

La SABC (South African Broadcasting Corporation), la televisione di Stato fondata sul modello della BBC inglese, è stata veicolo di propaganda da parte del National Party durante il governo dell'apartheid; dagli anni Novanta diviene invece un catalizzatore delle dinamiche sudafricane post-apartheid. Scrive Teer-Tomaselli (in Hadland *e al.*, 2008:73) in proposito:

the SABC became the locus for the national struggles- over questions of control, racial composition, news content, language policy, ideology and the whole gamut of what could constitute a “New South Africa”. What happened in the “transformation” of SABC became a litmus test of what occurred in the “transformation” of the wider society.

Ma non solo, i media e il loro controllo nel “*New South Africa*” sono portatori di altre dinamiche di stampo più globale, nelle loro connessioni con le particolarità e i contesti locali della Nazione Arcobaleno (*ibid.*: 80):

Broadcasting in the 1990s, then, became a site of significant contestation over the image of the “nation-in-waiting”. This image and struggles over it resulted from a complex accretion of often antagonistic forces: the globalization of the market versus local content imperatives; plural access versus centralized control; market-driven forces versus public service ethos; modernity versus post-modernity; centralization versus regional autonomy; minority pluralism versus majoritarian imposition; and a reverse discrimination uneasily disguised under the discourse of “affirmative action”.

Il dibattito sul ruolo dei media nella costruzione del “*New South Africa*” inizia quindi in modo pressante nei primi anni Novanta, in parallelo con il “rinascimento” politico-sociale della fine del regime di separazione razziale.

Sembra che rifondare i media sudafricani su basi egualitarie, su un corretto equilibrio fra “culture e lingue” della Nazione Arcobaleno, sia base implicita di garanzie democratiche (Louw, 1993). Nei primi anni Novanta quindi conferenze, gruppi di lavoro e di opinione tengono acceso un vivace dibattito su come riorganizzare e gestire i media nazionali, sulla distribuzione delle frequenze

televisione e radio, sui principi democratici da considerare anche nella diffusione dell'informazione, elemento essenziale da cui iniziare a lavorare per rifondare dalla base il sistema politico e sociale.

Scrive Currie (in Louw,1993:48) in relazione a una conferenza stampa del “Task Group on Broadcasting in South and Southern Africa⁴¹” :

The press conference was memorable mainly for the introduction of the sports metaphor of “**levelling the playing fields**” in the broadcasting sector so that broadcasting regulations would apply fairly and equally to all broadcasters.

Quindi la SABC del primo periodo post-apartheid si auspicò potesse diventare un **modello di pluralità dell'informazione**, questione che in Sudafrica deve considerare le molteplici identità, lingue nazionali e le rivendicazioni legate alle attuali politiche del *Black Empowerment*⁴². Sicuramente quello sudafricano è un esperimento e un caso studio unico e altamente complesso, nella sua interrelazione fra identità dinamiche spesso in contrapposizione rappresentate, anche a fini di propaganda politica, dalla televisione di Stato.

3.1.2 Il Mondiale televisivo

La televisione in Sudafrica iniziò le proprie programmazioni nel 1976, piuttosto tardi per essere considerato lo stato più “moderno” del continente. Il Governo dell'apartheid temeva le influenze che i programmi televisivi avrebbero potuto avere sulla popolazione.

⁴¹Il Task Group in oggetto fu abbastanza controverso. L'accusa principale, rivolta dalla Film and Allied Workers Organisation (FAWO) era relativa al non essere rappresentativo della popolazione sudafricana essendo composto in prevalenza da individui di sesso maschile di “razza bianca”.

⁴²Per *Black Empowerment*, o *affirmative action*, s'intende la serie di azioni politiche post-1994 volte a tentare di equilibrare le disuguaglianze economiche fra la “black people” e la minoranza “bianca”.

Figura 3.1: manifesto pubblicitario della SABC sul Mondiale 2010 pubblicato sulla stampa sudafricana



La SABC che ho analizzato, nell'anno 2010, basava gran parte del proprio palinsesto sugli eventi sportivi: l'evento reale di un Mondiale di calcio fu quindi anche un evento mediatico di rilevante impatto nella costruzione della memoria collettiva nazionale e nel caleidoscopio delle componenti identitarie veicolate dalle rappresentazioni mediatiche

Così il palinsesto durante una giornata tipo della televisione di Stato sudafricana nel mese del Mondiale iniziava alle cinque del mattino con un talk show in cui si narravano fatti, curiosità e si davano informazioni sulla World Cup. Durante il talk show del mattino si poteva seguire una preghiera in diretta televisiva volta a propiziare una giornata di partite senza incidenti, dentro e fuori gli stadi. Il palinsesto “calcisticamente orientato” proseguiva con repliche delle gare precedenti fino alle dirette della giornata, il tutto intervallato da documentari storico-sociali sul calcio e collegamenti dalle città sudafricane ospitanti.

Si può quindi ipotizzare che un evento reale come un Mondiale di calcio diventi automaticamente un evento mediatico o, al contrario, è la visibilità mediatica a creare un interesse “reale”?

Il concetto di **evento mediale** (Dayan, Katz, 1992, Couldry *e al.*, 2010) ci è di utile ausilio teorico nella riflessione in proposito. Ma vedremo questo aspetto più avanti.

La SABC del 2010 era criticata da più parti per un direttivo poco indipendente dall'ANC e quindi considerata troppo filo-governativa. Per riassumere la situazione politica della SABC nell'anno del Mondiale di calcio il rapporto del MISA (Media Institute of Southern Africa) del 2010⁴³ scrive (pag. 7):

Over the last five years the SABC has been experiencing ongoing problems of governance and funding, with matters reaching a crisis point in 2009 when government had to guarantee a substantial bank loan in order for the broadcaster to continue honouring its obligations. One immediate consequence is that many programmes which the broadcaster should be offering to fulfil its public mandate are no longer being produced and the quality of journalism at the corporation has deteriorated. This applies in particular to television, where cheap entertainment dominates schedules. While the TV news department does have a number of capable reporters, there is less and less hard news and an apparent ever-increasing emphasis on “developmental news” that celebrates achievements in the fight against poverty. Stories on government corruption are rare and “bad news” is the exception rather than the rule.

Nella **categoria di *developmental news*** rientrano a pieno titolo anche le notizie sul Mondiale di calcio, in un eccesso di copertura mediatica volto a una auto-celebrazione della Nazione Arcobaleno nel tramite dell'organizzazione dell'evento. Dice Rodney Reiners, ex-calciatore professionista sudafricano, oggi cronista sportivo, durante una tavola rotonda sul tema: (in Alegi, Bolsmann, 2010:79):

⁴³Interamente scaricabile al link <http://www.misa.org/programme/mediamonitoring/AMB%20SA%202010.pdf>.

i media tradizionali in Sudafrica hanno abbracciato il torneo e garantito una copertura mediatica positiva. Spazio viene dato anche a rari dibattiti critici ma, tutto sommato, il sistema mediatico sostiene in modo unanime la Coppa del mondo.

In Sudafrica c'è anche da considerare la possibilità di accesso ai differenti media, per cui il *media divide*⁴⁴ diventa un ulteriore paradigma di definizione dell'audience.

Come riporta il rapporto MISA riferendosi a dati del 2007 nel 65% delle abitazioni private si trova un *television set* che permette di vedere oltre alla SABC il canale gratuito e.tv ed eventualmente i canali comunitari locali. Probabilmente dopo la Coppa del Mondo di calcio questa percentuale è aumentata. Ho ascoltato diversi racconti da parte di chi cercava di acquistare un nuovo o un primo televisore per l'inizio dell'evento. Riportando il racconto di un informatore, volontario per una NGO internazionale, durante la visita in una township ad una cinquantina di chilometri da Cape Town, fra le richieste su come usare gli aiuti economici della NGO da parte degli abitanti dell'area in questione in cima alla lista di priorità vi era un mega-schermo per poter seguire il Mondiale. Consapevole del potere del gioco del calcio sull'emotività collettiva il fatto non mi sorprese come sorprese il cooperante il quale, viste le precarie condizioni igieniche e abitative della township, avrebbe dato sicuramente priorità ad altro.

Anche Zyd Mzamo, colonnista del *City Vision*⁴⁵ prima del Mondiale lanciò un appello sui quotidiani locali per aiutare una squadra di calcio della township di Khayelitsha ad acquistare un mega-schermo per permettere di vedere le partite insieme. La campagna *Game Time Soccer Promotion* propose invece di dotare di maxi-schermi funzionanti tramite generatori a energia solare le aree dove manca l'accesso alla corrente elettrica. L'accesso alla televisione mette in luce le

⁴⁴Rispetto al concetto di *digital divide*, *media divide* mi pare concettualmente più attinente al contesto sudafricano. La possibilità di accesso a un canale media non dipende infatti solo dalle strutture tecnologiche esistenti ma da altri fattori, in primis linguistici.

⁴⁵Il *City Vision* è un settimanale comunitario distribuito gratuitamente porta a porta nelle townships (Khayelitsha, Langa, Gugulethu, Nyanga) di Cape Town.

contraddizioni della società sudafricana: a pochi chilometri dalla costruzione di stadi avveniristici una parte della popolazione non ha la possibilità di vedere l'evento mediatico attraverso uno schermo.

Anche la possibilità di **accesso a internet** mette in luce profonde contraddizioni. La possibilità di accedere alla rete riguarda solo il 7% delle abitazioni private (dati MISA 2009) sul totale della popolazione e ciò influisce indirettamente anche sulla facoltà di accedere ai quotidiani nazionali nella versione online. Nuovi scenari relativi alla comunicazione sta aprendo, in molte parti dell'Africa, la possibilità di accesso a internet tramite telefono cellulare. Gran parte dei miei informatori sull'argomento (in questo caso studenti universitari, quindi comunque con una possibilità economica maggiore rispetto per esempio alla media di alcuni intervistati nella township di Imizamo Yethu con accesso solo ai canali radio) accedevano infatti alla rete attraverso tale sistema.

3.1.3 Questioni identitarie nella stampa e in radio

Sempre stando al rapporto del MISA solo il 20% della popolazione sudafricana ha accesso alla stampa. I lettori dei quotidiani vanno identificati soprattutto come residenti nelle aree urbane o semi-urbane. Essendo il mio campo di ricerca Cape Town mi sono resa conto di come i quotidiani locali creassero opinione relativamente al Mondiale di calcio. Allo stesso tempo mi è apparsa necessaria la consapevolezza su come ciò fosse rappresentativo della cittadina ma non delle aree rurali del Western Cape, o degli abitanti più svantaggiati delle townships dell'area periferica della città, spesso non raggiunte dalla distribuzione del *Cape Times* o da altri media cartacei.

Anche la questione linguistica è essenziale nell'analisi sia quantitativa sia qualitativa della stampa. La maggior parte dei giornali è infatti in lingua inglese o afrikaans, quindi inaccessibili alla maggioranza della popolazione di lingua xhosa o zulu (African Media Barometer, 2010:5). Tenendo presenti le questioni

linguistiche è facile capire come **a un determinato “prodotto mediatico” siano legati profondi significati etnico-identitari** in Sudafrica estremamente difficili da de-costruire per le eredità strutturanti dell'apartheid, significati che, come vedremo, hanno in parte condizionato le narrazioni mediatiche relative alla World Cup.

Da considerare, nella fruizione della stampa, è anche il prezzo di un quotidiano, che va dai sei rand⁴⁶ per un' edizione locale come quella del *Cape Times* ai quindici rand di un settimanale nazionale come il *Sunday Times*.

Discorso diverso e che approfondiremo in seguito è quello relativo ai tabloids locali. A Cape Town il **tabloid *Daily Voice***, in virtù di un prezzo più basso (due rand) e di un legame più diretto con le comunità locali è diventato, dal 2005, anno della sua fondazione, un riferimento soprattutto per gli abitanti dei Cape Flats, area della città più periferica e densamente popolata a maggioranza coloured.

La radio rappresenta un mass-media di ampia fruizione soprattutto perché non richiede sofisticate apparecchiature di ricezione o una capillare distribuzione editoriale. Uno studio dell' AMPS (All Media Product Survey) relativo al 2009 stima che **circa il 90% della popolazione sudafricana sia radio ascoltatore**. Importanti sono le **radio comunitarie**, *local media* operativi soprattutto grazie al lavoro volontario di tanti appassionati. Rispetto alle radio commerciali le stazioni comunitarie, avendo audience numericamente più ristrette e omogenee basate spesso su interessi strettamente locali (come le radio universitarie per esempio o piccole stazioni in aree rurali), non attraggono sponsor, fonti di finanziamento principali nel panorama mediatico contemporaneo, quindi la loro sopravvivenza si basa sulla buona volontà dei gestori-commentatori-giornalisti.

La radio è da considerarsi più un media interattivo che frontale. Numerosi sono i programmi con interventi degli ascoltatori, attraverso le opinioni *on air* si forma così una sfera pubblica (Habermas, 1962) condivisa attraverso un mass-media a

⁴⁶ Dieci rand equivalgono circa a un euro. A seconda del contesto si riscontrano forti variazioni del costo medio della vita in Sudafrica. Per esempio l'affitto mensile di una stanza può costare dai tremila rand delle zone residenziali ai trecento-quattrocento rand per una stanza in affitto nella township.

larga fruizione. Le radio comunitarie trasmettono nella lingua più usata localmente. Ancora una volta è quindi per questioni linguistiche che un determinato media può diventare più influente rispetto a un altro: la popolarità della radio va inoltre ricondotta alla sua dimensione spesso “linguisticamente locale”.

Inoltre, più di altri media, la radio in Sudafrica e in altre parti del continente può essere metodologicamente considerata un utile strumento di ricerca etnografica per la raccolta di punti di vista eterogenei e trans-locali. Ciò si è rivelato molto utile nell'approccio allo studio dello sport in Sudafrica, in cui la trasmissione radio “*Discovery Sports Centre*” in onda sulla stazione Metro FM alle ore 18.00 tutti i giorni feriali si è rivelato un ottimo “informatore” per avere una panoramica iniziale e generale sugli argomenti trattati in questo lavoro.

3.2 South African Tabloids

3.2.1 Prodotti stampa identitari

The thing about this town (Cape Town) is that it has great news. I don't mean it's all good news. The stuff that happens here it's incredible. **One of the criticisms of tabloids is that we sensationalize things; there is absolutely no necessity to sensationalize any news in Cape Town because it's sensational anyway.**

Questa è l'opinione di Karl Brophy (in Hadland e altri, 2008:107), direttore del *Daily Voice*, un tabloid di Cape Town, caso editoriale interessante per capire i rapporti fra identità e media nella città sudafricana. Il caso studio sui tabloids sudafricani stimola importanti riflessioni sulla categoria stessa di tabloid: “*a newspaper that has small pages, a lot of photographs, and not very serious news*” come da definizione del dizionario inglese Longman.

Il rischio in Sudafrica, come nota Rabe (2005, in Hadland, 2008:140) è

rappresentato dall'avversione di accademici e insegnanti dei corsi di comunicazione e media verso i tabloids; una percezione talmente negativa da non permettere di formare adeguatamente gli studenti di giornalismo verso ciò che rappresenta un mercato editoriale in crescita. L'audience dei tabloids sudafricani inoltre si categorizza e struttura in modo fortemente identitario.

Quando acquistavo il *Daily Voice*, Nagil, addetto alla vendita dei giornali nella zona dove abitavo, mi chiedeva, ogni volta vagamente stupito, se mi piacesse il quotidiano. A lui infatti risultava alquanto inspiegabile come potesse essere un quotidiano per me interessante, ed io evitavo inizialmente di raccontargli i miei interessi specifici verso il panorama mediatico locale per sondare le sue reazioni spontanee ai miei commenti sui “gobbi” da lui esposti tutte le mattine. Secondo Nagil il *Daily Voice*, sia per ragioni linguistiche (uso di un linguaggio misto fra l'inglese sudafricano e lo slang afrikaans dei Cape Flats⁴⁷) sia per gli argomenti di cui trattava (soprattutto cronaca nera e “colore” strettamente locale), era appropriato solo a lettori provenienti dall'area di cui il giornale si considerava la voce.

Il *Daily Voice* ha quindi un repertorio d' informazioni e una **risonanza fortemente locale**. Sempre da includere nella categoria di tabloid è il *Daily Sun*, il giornale più letto e venduto nel Paese con una stima di lettori intorno ai cinque milioni (dati del rapporto African Media Barometer, 2010) .

Nota Wasseman (2010: 1):

These tabloids have created a mass readership out of the poor and working-class Black majority of the country that had hitherto been largely ignored by the post-apartheid mainstream press, which had been concentrating on middle-class and elite readerships.

I lettori dei due tabloids oggetto d'analisi vanno quindi definiti attraverso categorie etniche, categorie che a Cape Town, ma anche nel resto del Paese se pur

⁴⁷Area dove dagli anni Cinquanta, in seguito al Group Areas Act (norma dell'apartheid per cui la popolazione doveva risiedere in determinate zone sulla base della classificazione razziale), furono spostati in massa neri e coloureds. A Cape Town gran parte di questa operazione di *eviction* fu dal quartiere centrale del District Six ai Cape Flats.

in modo più semplificato⁴⁸, strutturano la sfera politico-sociale, economica e sportiva. I media sudafricani in generale, e i due tabloids nel caso particolare, sono quindi **da considerarsi etnicizzanti, non tanto perché etnicizzati nella loro strutture organizzative ma in connessione all'audience della quale vogliono essere punto di riferimento**: i coloreuds di Cape Town il primo, e i neri più in generale il secondo. Tali audiences attraverso il processo del capitalismo a stampa (Anderson, 1983) perpetuano la propria chiusura in un gruppo etnico derivante dalle categorie dell'apartheid.

Per quanto riguarda la struttura gestionale del tabloid voce dei Cape Flats Karl Brophy, direttore del *Daily Voice*, è irlandese. La *Independent News & Media*, gruppo editoriale di cui fa parte il *Daily Voice* e gli altri due quotidiani di riferimento a Cape Town, il *Cape Times* e il *Cape Argus* è da considerarsi una sorta di multinazionale dell'informazione la cui sede principale è a Dublino. A capo vi è Sir Anthony O'Reilly, ex giocatore di rugby e primo miliardario d'Irlanda, status conquistato anche grazie al ketchup (era capo della Heinz, marca simbolo della salsa rossa). Il gruppo comprende alcuni fra i maggiori quotidiani sudafricani in lingua inglese, come il *Mercury* di Durban, il *Pretoria News*, il *The Star* di Johannesburg, oltre a diverse radio nazionali.

La *Independent News & Media* è un interessante esempio di come un gruppo editoriale globale (proprietà di giornali e radio oltre che in Sudafrica in Irlanda, Australia e Nuova Zelanda) faccia della località una propria strategia editoriale (non solo nel caso del *Daily Voice* ma anche di altri quotidiani del gruppo) e di come dinamiche neo-coloniali possano essere veicolate anche nel tramite delle proprietà di queste multinazionali dell'informazione e della comunicazione.

Dalle mie visite alla *Newspapers House* nel *City Bowl* di Cape Town ho notato come il personale amministrativo e i giornalisti siano per così dire "multirazziali"; al contrario il target di riferimento dei prodotti editoriali è fortemente etnicizzato. Così, il *Cape Times* e il *Cape Argus* sono considerati i

⁴⁸A Cape Town la presenza dei coloreuds, i meticci del Capo, complica notevolmente il processo di costruzione e categorizzazione identitaria. Se nel resto del Paese la bipartizione identitaria fondamentale è fra bianchi-neri, a Cape Town la situazione identitaria è "triangolare".

quotidiani di riferimento dei bianchi soprattutto di discendenza inglese, non fosse altro perché in linea generale compongono in maggioranza il gruppo “audience” che si può permettere di acquistare il quotidiano più costoso ogni mattina.

Il *Daily Voice*, oltre a rappresentare il tabloid di riferimento della popolazione coloured, può diventare un costruttore identitario assegnante caratteristiche negative al gruppo a cui si rivolge, come dimostrano i commenti che seguono, raccolti alla pagina del blog <http://www.greenman.co.za/blog/?p=300s> (consultato il 12 marzo 2011):

There are many people who think very little of the coloured folk and articles posted in newspapers like *The Voice* reflect badly on our Cape Town culture and the people. How can we expect the respect and recognition in the outside world if we don't have it for ourselves and when *The Voice* publishes nothing but trash about our people?

The *Daily Voice* should try exposing the naaies⁴⁹ who take us coloreds for a poes⁵⁰ particularly the government who only sees the blacks' hardships yet they are the people who get the top jobs then they cant even fucking count to ten. I'm not racist or discriminative but ever since blacks have been ruling kak⁵¹ is jumping around like they getting paid to fuck everything up, they only cater for people in S.A who earns a lot of money and normal people like us have to struggle day in and day out, worrying about the future of our kids...and their kids. I'd then much rather put up with the kak we got from white people before democracy cos they ruled this country much more smartly.

L'ultimo commento rispecchia un punto di vista comune fra i coloureds del Western Cape: discriminati sotto il dominio dei fautori dell'apartheid, oggi si sentono discriminati dal Governo dell'ANC che tende a favorire la maggioranza nera. Non abbastanza “bianchi” ai tempi dell'apartheid i coloureds nel *New South Africa* si sentono oggi discriminati per non essere abbastanza “neri”.

⁴⁹Nello slang sudafricano rimanda a ciò che rende una persona poco desiderata.

⁵⁰ Termine usato per indicare un individuo nei suoi rapporti con un altro individuo o gruppo che lo disprezza.

⁵¹Nello slang informale rimanda al significato dell'inglese “shit”.

3.2.2 Audience etnica e notizie sportive

L'**identità coloured rappresentata nel *Daily Voice*** passa anche attraverso l'importante spazio editoriale sportivo del tabloid dedicato al calcio locale e al calcio inglese.

Come mostrano Glenn e Knaggs (in Hadland *e al.*, 2008:118) l'interesse verso il campionato di calcio inglese nei Cape Flats consente di assumere componenti identitarie allo stesso tempo locali e internazionali. L'identità è pertanto localmente costruita attraverso componenti calcistiche internazionali dato vari campioni che hanno militato nella *English Premier League* (Quentin Fortune, Shaun Bartlett ma soprattutto, come mi è stato riferito da più interlocutori, è Benni McCarthy a essere considerato un esempio per i giovani) sono originari dei Cape Flats e diversi allenatori inglesi sono stati “di stanza” in Sudafrica. L'identità assume così una declinazione internazionale nel tramite del tabloid locale, per il largo seguito e interesse che il calcio inglese richiama sulla scena calcistica globale. **Le notizie sportive del *Daily Voice* assumono così il ruolo di componenti identitarie “glocalizzate”**, componenti declinate attraverso un mezzo di comunicazione fortemente locale e linguisticamente etnicizzato.

L'audience del *Daily Sun* è invece da ricercarsi fra i sudafricani neri. Vediamo alcuni commenti relativi al tabloid (al link:

<http://www.bizcommunity.com/Article.aspx?l=196&c=90&i=4326> Consultato il 27 maggio 2011):

He (Deon du Plessis, editore del *Daily Sun*) is the new master of the black people's taste and their lifestyle; he writes that the *Daily Sun* picked its market corner, “the skilled blue-collar guy and his lady, living in townships, which were on their way...”

Well it has occurred to me that *Daily Sun* has identified a market which is intrigued by "witchcraft" and all the metaphysical things that our beautiful country has to offer. As a journalist, it is evident that *Daily Sun* is more of a marketing tool rather than a newspaper

which is there to inform and educate so that the public may be able to make informed decisions. It is good to give your readers what they want, but there must be balance which *Daily Sun* lacks [...] As a newspaper you must assist in improving the mindsets of society by informing them of things which affect the country.

I love *Daily Sun*, I read it everyday. What pulles people to *Daily Sun* is the nature and the proximity of the news. The news are close to home and close to heart especially in Limpopo. What worries me is the explicit pictures, most people including me find them disturbing & hurting I know a picture tells the story but if only you would tone them down a bit.

Il *Daily Sun* sembra soddisfare i gusti e gli interessi di una larga parte della popolazione sudafricana, i neri che vivono nelle townships soprattutto intorno a Johannesburg.

Così, **i media nel nuovo Sudafrica invece di contribuire a de-costruirle riproducono le categorie etniche dell'apartheid**, cercando le proprie audiences sulla base di (passate e presenti) categorizzazioni identitario-razziali.

Tale processo passa anche attraverso il tifo e le notizie sportive.

Vediamo un commento registrato in fronte al Cape Town Stadium durante una partita dell' Ajax Cape Town, squadra locale molto tifata nei Cape Flats dalla popolazione coloured:

This is very good news for people of the Cape, to share this piece of infrastructure [Cape Town Stadium]. In order for Ajax to get even more supporters, Shooz⁵² needs to mobilize in townships like Khayelitsha and establish a branch there. There are many people who would like to join Ajax and become supporters, but administration or PR is invisible, I only see these branches in coloured communities. I think it is high time to start visiting shopping malls in Black communities too and promote Ajax so that people can start to believe that Ajax is not for coloureds and whites.

⁵²Thabiso "Shooz" Mekuto è il portavoce ufficiale-addetto alla comunicazione dell'Ajax Cape Town.

Il commento dimostra come il tifo per una squadra del campionato locale sia in Sudafrica catalizzatore di componenti etniche. Tale processo passa anche attraverso i giornali e gli spazi mediatici dedicati allo sport.

Come nel *Daily Voice* ampio rilievo è dedicato alle squadre locali (Ajax Cape Town e Santos) e al campionato inglese, l'audience del *Daily Sun* è da ricercarsi soprattutto fra i tifosi degli Orlando Pirates e dei Kaizer Chiefs (in maggioranza neri come ho constatato andando allo stadio). Così **il tifo per l'una o l'altra delle squadre citate rimanda a dei significati legati alla costruzione di categorie etniche**, processo perpetuato dalla politica dell'apartheid e veicolato oggi in modo dinamico e contraddittorio dai media, che continuano a rappresentare le “etnie” per assicurarsi l'audience.

3.3 *Nation building* attraverso etnicità, narrazioni dei media e orgoglio africano

3.3.1 Il Mondiale: un' occasione identitaria

Lo studio degli eventi mediatici globali (Dayan, Katz, 1992; Couldry *e al.*, 2010) nelle loro implicazioni identitarie trova terreno interessante nelle manifestazioni sportive. Nel nostro caso, durante il Mondiale 2010, il caleidoscopio identitario sudafricano tendeva a ri-definirsi in una comunità immaginata (Anderson, 1983) per tanti aspetti contraddittoriamente strutturata su logiche che fanno dell'**etnia una categoria “a priori”** fuori discussione.

Uso qui il termine etnia, da intendere soprattutto come una costruzione politica eredità dell'apartheid, costruzione basata sull'attribuzione e l'invenzione di caratteristiche razziali spesso determinate “a tavolino” (Amselle, 1990).

Forse, in riferimento al contesto sudafricano, sarebbe più corretto usare il termine “razza”, come del resto avviene nel parlare quotidiano e nel linguaggio dei media. Nella dialettica fra “concetti vicini” e “concetti lontani” (Geertz, 1983) i significati legati al termine razza in Sudafrica mi sono parsi spesso utilizzati in riferimento a significati identitari, da ricercarsi, comunque e ancora, nelle classificazioni “razziali” messe in atto dalla politica dell'apartheid. La razza quindi continua in parte a essere un primario elemento costruttore delle (auto)rappresentazioni identitarie.

Data la mia formazione intellettuale de-costruzionista fatico a utilizzare il termine razza; il termine etnia mi pare includa meglio le sfumature identitarie al di là delle classificazioni razziali su basi biologiche, che pur in Sudafrica incentrano ancora le costruzioni e i meccanismi identitari. L'identità è quindi un marcatore costruito fra l'attuale rappresentazione della multiethnicità razziale della Nazione Arcobaleno e i significati legati alle eredità delle politiche dell'apartheid. Significati e rappresentazioni che, come visto, molto spesso sono veicolati dai media.

Scrivono i coniugi Comaroff (2005:43, anche in Hadland *e al.*, 2008:125):

identity has become, simultaneously, a matter of volition and self-production through consumption and a matter of ineluctable essence, of genetics and biology.

L'identità multiethnica sudafricana espressa attraverso lo sport diventa inoltre strumento di marketing pubblicitario. Per esempio la Castle Lager, una delle birre più popolari nel Paese, ha fatto della sponsorizzazione alle Nazionali sportive sudafricane una strategia di marketing. Per far questo punta molto sulle rappresentazioni della multiculturalità: nei suoi manifesti pubblicitari bianchi, neri e coloureds brindano abbracciati e sorridenti. Pick n Pay, catena di supermercati molto popolare e diffusa, usa invece l'orgoglio nazionale catalizzato intorno alla buona riuscita dell'evento “Mondiale di calcio” per i suoi manifesti pubblicitari a mezzo stampa.



Figura 3.2: manifesto pubblicitario (immagine tratta dal *Cape Times*) della catena di supermercati Pick n Pay

Un' identità nazionale condivisa, e allo stesso tempo cosciente di una irriducibile multi-etnicità, finalizzata alla “costruzione della Nazione” si articola, nel caso del Mondiale di calcio 2010, non solo all'interno delle pratiche di consumo (mediale-sportivo) dello spettacolo, ma anche nel tramite di punti di vista esterni veicolati dalle rappresentazioni mediatiche internazionali attraverso le relative audiences. Il **capitalismo a stampa (Anderson, 1983) in una versione multimediale e globalizzata** (non solo stampa, ma televisioni, radio, siti internet; non solo quotidiani nazionali ma media globalizzati e collegati su un evento seguito ovunque ci sia accesso alla corrente elettrica) focalizzato sull'evento mediale sportivo assume così il ruolo di un potente strumento “costruttore della Nazione”. Per esempio, il Mondiale di calcio fu trasmesso interamente dalla SABC, in modo quindi gratuito. Non così avviene in Sudafrica per tutta un'altra serie di eventi sportivi, a partire dalla *Premier Soccer League* (PSL) il campionato di calcio nazionale e altri eventi sportivi internazionali. All'incirca due-tre partite alla

settimana della PSL vengono trasmesse dalla televisione di Stato, mentre la e.tv trasmette la *Champions League* europea, unico evento del calcio internazionale fruibile in modo gratuito. Ciò provoca le lamentele di molti senza le possibilità economiche di accesso alla *pay-tv* Supersport, esclusi quindi dalla visione del campionato sudafricano nel suo insieme.



Figure 3.3 e 3.4: Manifesti pubblicitari sulla SABC e il Mondiale 2010 sui palazzi del centro di Johannesburg (foto dell'autrice).

In uno Stato dove l'interesse verso gli eventi sportivi nazionali fa pensare di dover inserire il fenomeno sportivo nella sua declinazione socio-comunitaria e mediatica all'interno di quella “sfera politica pubblica” concettualizzata da Habermas (Teer-Tomaselli in Hadland, 2008: 92) è facile intuire come un evento globale come un Mondiale di calcio veicoli ridefinizioni dell'identità nazionale e come l'esclusione dalla sua ricezione mediatica possa trasformarsi in una sorta di forte sentimento d'esclusione dalla vita della Nazione.

3.3.2 Sguardi dall'esterno

Un evento sportivo nelle sue declinazioni medialì è anche un vettore di **ridefinizioni identitarie veicolate dall'esterno**. Nel caso Sudafrica 2010 tale ridefinizione coinvolse i media in una sorta di rappresentazione del riscatto collettivo sudafricano dopo il boicottaggio internazionale del passato dagli eventi sportivi internazionali.

Il Mondiale di calcio assume in questa prospettiva le forme di un'accettazione nel mondo di uno Stato in precedenza considerato da più parti “il luogo delle ingiustizie globali” o il “**capro espiatorio internazionale**”. La tesi del capro espiatorio è ben espressa da McCormack⁵³ (1987) in un testo che sembra teso a cercare di capire, dal punto di vista di un bianco nato a Johannesburg nel 1916, il Sudafrica dell'apartheid. La tesi diventa interessante quando McCormack sostiene che l'adesione a un movimento anti-apartheid internazionale, o l'appoggio ai boicottaggi internazionali verso il Sudafrica, o le proteste davanti alle ambasciate sudafricane nel mondo, sono atti rimandanti a una sorta di “lavaggio di coscienza collettivo” verso le ingiustizie internazionali. Tale processo per McCormack passa soprattutto attraverso i media globali, il cui principale scopo è vendere un prodotto agendo sulle emozioni collettive.

Questo prodotto era costituito da un'immagine del Sudafrica come territorio intriso di violenza sociale e politica, un ideale capro espiatorio volto a concentrare le critiche del mondo, in pace con se stesso nelle coscienze individuali unite dalla disapprovazione collettiva verso le ingiustizie sudafricane, ignorando però le stesse nelle loro molteplici forme in altri contesti geografici. Nel Sudafrica del 2010 tale meccanismo sembra assumere nuove forme come nota Simon Kuper (in Alegi, Bolsmann 2010:88):

molti sudafricani in rete difendono il proprio paese [...]. Penso che in parte ciò sia il frutto di una mentalità legata all'epoca dell'apartheid che si ritrova fra alcuni bianchi : “Il

⁵³Dewar McCormack è stato un noto conduttore radiofonico, iniziò a lavorare per la SABC nel 1945.

mondo critica sempre il Sudafrica, ma solo noi possiamo conoscere davvero quanto accade”. Questo è anche in parte un prodotto del patriottismo, dell'orgoglio e del nazionalismo sportivo che il nuovo Sudafrica ha creato con successo.”

Alle dinamiche identitarie “interne” si sono legate **dinamiche “da sguardo esterno”** le quali, **veicolate soprattutto dai media inglesi**, tendevano a trasmettere un'immagine del Sudafrica come territorio di diffusa microcriminalità pericoloso per un visitatore e di uno Stato poco organizzato per ospitare un mega evento. Tali questioni sono state poste in evidenza localmente talvolta quali punti critici e talvolta in parte rinnegate, nella considerazione locale verso la stampa inglese come afro-pessimista e post-colonialista.

Così, durante le conversazioni sulla sicurezza durante la World Cup, appariva necessario sapere se l'interlocutore avesse accesso ai media internazionali (stampa via internet, o canali satellitari come BBC, CNN o Al-Jazira) per capire se e come potesse esserne condizionato relativamente alle preoccupazioni su possibili attacchi terroristici o microcriminalità a piede libero nei luoghi dell'evento sportivo.

Non intendo qui negare le precauzioni⁵⁴ nel mio agire quotidiano sul campo necessarie per evitare problemi legati al micro-crimine che spesso agisce con modalità estremamente violente per il furto di un portafoglio. Non intendo nemmeno negare le preoccupazioni quotidiane riscontrate in tanti *Capetonians* relativamente alla sicurezza personale di notte e sui mezzi pubblici. Intendo piuttosto sottolineare come le preoccupazioni dei media internazionali per la “sicurezza e l'organizzazione dell'evento” si siano legate in Sudafrica a una certa

⁵⁴Per esempio mai restare sola sul taxi collettivo, piuttosto scendere con l'ultimo passeggero e camminare; per lo stesso motivo (gli autisti dei taxi pubblici sono spesso legati a gang criminali e spesso dopo una certa ora del pomeriggio eccedano con l'alcol) meglio non usare il taxi collettivo di notte. Per un bianco inoltre è sempre sconsigliato recarsi nelle townships non accompagnato da un locale così come è sempre consigliato, se bianchi, spostarsi con un mezzo privato fuori dalle vie più trafficate del centro. Non ho mai seguito quest'ultimo consiglio essendo convinta che, spostandomi con un mezzo privato, avrei perso parte delle opportunità possibili tramite l'osservazione partecipante. Non muovermi su un mezzo privato richiedeva comunque, al di fuori del tragitto centro-Sea Point tempi di attesa, studio dei percorsi e necessità di essere accompagnata da qualcuno auto-munito del luogo se la zona dove dovevo recarmi era considerata poco sicura.

percezione identitaria “positiva” riscontrata successivamente ai pochi incidenti legati alla criminalità in cui sono stati coinvolti i “visitatori del pallone”.

Un episodio su tutti relativamente all' “orgoglio africano” veicolato dall'organizzazione dell'evento sportivo: durante la finale Olanda-Spagna, seguita nella sala televisione di un ostello-casermone nel centro di Johannesburg in compagnia di migranti provenienti da altri Paesi africani⁵⁵, mi è stato detto da più interlocutori : “ **hai visto l'Africa è in grado di organizzare questo, ora tutto il mondo l'ha capito e lo sa**”.

Il processo di costruzione della Nazione è quindi veicolato attraverso i media da una duplice dinamica narrativa:

1) Le narrazioni sull'identità sudafricana coesa intorno alla sua particolare multi-etnicità e parte di una più omni-comprensiva identità africana.

2) L'attenzione sul senso di orgoglio per aver organizzato un evento ben riuscito, a dispetto degli “sguardi” della stampa internazionale; l'identità panafricana si “veste” di questo orgoglio, dimostrando così come l'Africa “ce la può fare”.

In relazione ai due punti sopra esposti vediamo alcuni fra gli innumerevoli commenti di analisti e lettori raccolti sulla stampa locale:

The manner in which World Cup united us actually pointed out just how disunited we are, despite all the paraphernalia of unity- flag-waving, vuvuzelas and spirit of camaraderie- but, then, we do not go around bashing one another on any normal day [...] Our country's races were proud to be associated with Africa and Africanness. That was the most encouraging and elevating element to come out of the World Cup. That was the essential element of the unity and one that we must carry forward. For many white people who identified with this Africanness, it must have been a cathartic change in their outlook

⁵⁵Un amico senegalese a Milano da parecchio tempo mi raccontò di aver lavorato come ambulante nei mercati all'aperto sudafricani per circa un paio d'anni. Quando doveva lavorare a Johannesburg alloggiava nell'ostello in oggetto, dove secondo lui si ricreavano le comunità sulla base del Paese di provenienza.

(Bennie Bunsee, *Cape Times*, 20 luglio 2010).

Hats off to those who made possible for South Africa to host the World Cup-through it did not live expectations in terms of luring business opportunities to the marginalized communities, save for a few well-connected people. One great positive thing about this tournament is that it has helped to foster racial tolerance (dalla rubrica *Sms feedback*, *Cape Times*, 17 luglio 2010).

The very positive comments by 25000 English tourists who descended on the Mother City, praising our city and its people, has thrown egg on the face of cheap British tabloids like *The Sun*, which went to great lengths to discourage their citizens from coming here. I am sure the store in England which stocked up with bullet-proof vests for tourists heading for South Africa is donating them to the war-torn Middle East , where they are most needed. South Africa, unlike other First World Countries that hosted the World Cup, has a lot to offer to entice the soccer tourist to return to our beautiful country, long after the World Cup. One thing that this World Cup has done, and which needed to be done, is change an age-old perception of many Westerners that Africa is a backward continent filled with poverty, starvation and crime and that lions roam the streets. (DR E.V. Rapiti, Mitchells Plain, Cape Town in *Cape Times* 22 giugno 2010) .

La costruzione di un' identità panafricana attraverso i media si è unita alle prassi reali dell'evento, alle folle che hanno seguito la partite allo stadio o di fronte ad un mega-schermo. L'identità panafricana è stata veicolata , oltre che dal Sudafrica Paese ospitante e orgoglio di un Continente, anche dal tifo e dalla sconfitta ai quarti di finale delle *Black Stars*, soprannome della nazionale del Ghana.

3.4 *The hand of God*: il sogno infranto di un continente

Il mondo del calcio ha una certa esperienza della “mano di Dio”. La più conosciuta e venerata è sicuramente quella di Diego Armando Maradona⁵⁶ nel goal contro l'Inghilterra durante i quarti di finale dei campionati del mondo in Messico nel 1986. La “**Mano di Dio**” di Maradona è considerata dalla popolazione argentina una sorta di rivincita per la guerra della Malvinas (o Falklands, a seconda se il punto di vista è argentino o britannico) di due anni precedente quel Mondiale.

La metafora della “Mano di Dio” mette anche in evidenza il **sentimento di trascendenza mista a casualità che spesso le pratiche del tifo cercano di controllare** in comportamenti caratterizzati da irrazionalità e scaramanzie varie. Chi segue il calcio è consapevole di come la componente del merito sia spesso fortemente condizionata dalla componente del caso: un palo, una zolla di terra, imprevedibili traiettorie del pallone, l'uso stesso del piede, parte del corpo considerata meno nobile e controllabile rispetto agli altri arti, fanno del calcio uno sport in cui la casualità gioca un ruolo determinante. Il dubbio su come l'uomo, nella sua figura di arbitro o giocatore, possa influenzare il risultato di una partita, metafora in questo senso dei fatti della vita dipendenti da forze non completamente controllabili, è una componente essenziale della densità simbolico-trascendentale del calcio. **La credenza in forze soprannaturali che agiscono condizionando il risultato di una partita**, teatralizzazione collettiva della percezione delle forze del fato, rimanda a quelle pratiche propiziatorie, ispirate in parte alla magia in parte al credo ufficiale, conosciute da tifosi e giocatori.

In questo scenario la mano di un giocatore uruguayano che para un goal ormai realizzato durante la partita dei quarti di finale Uruguay-Ghana e porta le due

⁵⁶Un goal segnato: “un poco con la cabeza de Maradona, y otro poco con la mano de Dios” così lo definì il calciatore nella conferenza stampa dopo la partita. In Inghilterra quel gol è definito come “the hand of Devil”. Mano de Dios è anche il titolo di un film di Marco Risi del 2007 sulla vita del campione argentino.

squadre alla cosiddetta lotteria dei calci di rigore, persi dal Ghana, viene definito a un anno esatto di distanza:

If it was African hand of God, the game could have been replayed with the hand of God suspended for life as well as the particular country been fined heavily (commento in Facebook sulla pagina del vignettista sudafricano Zapiro, 5 luglio 2011).

La sconfitta del Ghana ai quarti di finale, col un goal parato da un non-portiere col dubbio se la palla fosse oltre la linea, e la partita fra Germania-Inghilterra in cui gli inglesi persero 4-1 dopo aver segnato un goal valido ma annullato, ha risvegliato il **dibattito sull'uso di strumenti tecnologici ad ausilio arbitrale**. Per ora la FIFA sembra rifiutarsi di adottare tecnologie di ausilio alla valutazione in situazioni dove effettivamente l'occhio umano della terna arbitrale fatica ad avere certezze. La posizione della FIFA in proposito è che la tecnologia farebbe scomparire “l'elemento umano” dal gioco; essendo inoltre applicabile solo dove ci sono mezzi tecnici ed economici sufficienti allo scopo, creerebbe disuguaglianze nelle pratiche del calcio a livello globale. **La certezza tecnologica farebbe inoltre perdere i significati legati alla componente casuale**, connessi all'errore umano e spesso discussi nel post-partita. La tecnologia farebbe certamente perdere al calcio una buona parte degli argomenti di conversazione, pratica sociale che prescinde e si perpetua oltre il campo da gioco e i novanta minuti della partita.

Durante il Mondiale 2010 da Nairobi a Dakar, da Tripoli a Città del Capo, la Nazionale del Ghana è sembrata rappresentare le speranze africane di riscatto le quali, situandosi oltre i significati prettamente sportivi, hanno rappresentato una metaforizzazione della società di cui lo sport è protagonista. Sull'argomento vediamo una vignetta satirica e alcune immagini simbolicamente significative tratte dal *Mail & Guardian*⁵⁷, usate anche a fini pubblicitari come le figure 3.5 e

⁵⁷Il *Mail & Guardian* è considerato un buon esempio di giornalismo investigativo. È un settimanale comunque “di nicchia” sia per il prezzo intorno ai venti rand, sia perché volto a mettere in luce episodi di corruzione ben documentati e “scomodi”. Un interlocutore nero-sudafricano mi disse che il *Mail & Guardian*, così come il *Sunday Times*, sono secondo lui “razzisti” in quanto tendevano a mettere troppo in cattiva luce il Governo dell'ANC. Fra le tante

3.6 (rispettivamente di *Metropolitan*, un gruppo finanziario e *Nando's* la catena di fast-food più popolare in Sudafrica).

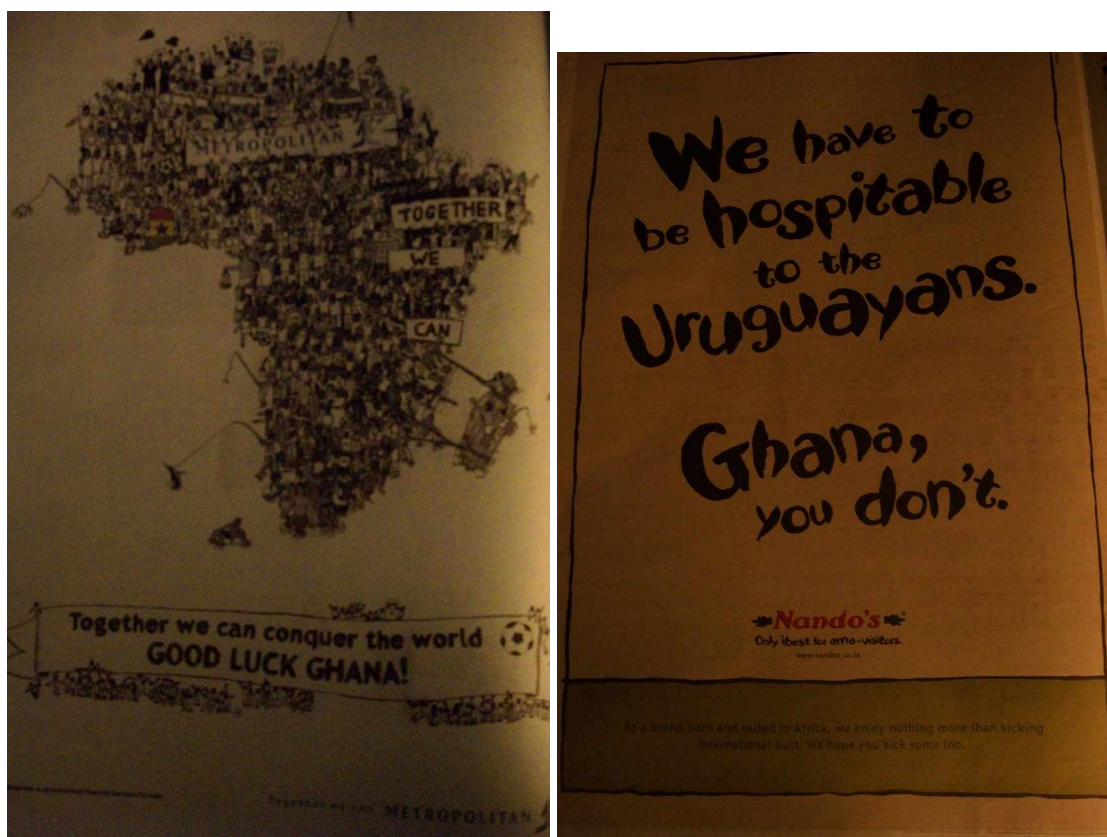


Figure 3.5 e 3.6: manifesti pubblicitari a mezzo stampa (*Cape Times*) richiamanti la partita Ghana-Uruguay, quarti di finale del Mondiale 2010.

immagini sui quarti di finale del Ghana ho scelto proprio quelle del *M&G* che, portatore di un punto di vista spesso molto critico verso il Mondiale di calcio, si è fatto comunque portavoce dalle narrative condivise sulla Nazionale del Ghana, simbolo di unità africana.

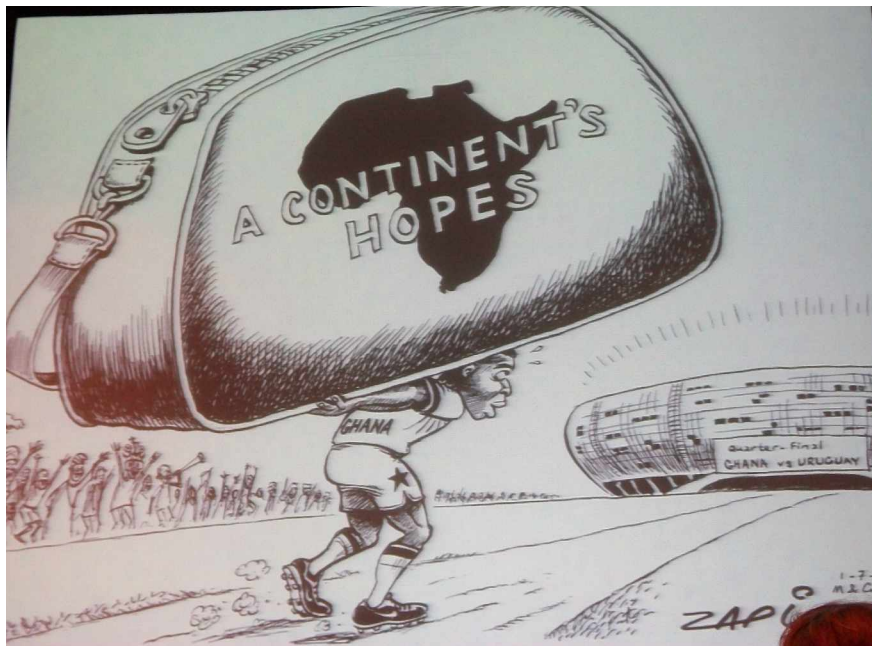


Figura 3.7: vignetta di ©Zapiro sulle speranze del tifo sudafricano verso il Ghana



Figura 3.8: incoraggiamento alla Nazionale del Ghana sulle pagine del *Mail&Guardian*.

La sera di Ghana-Uruguay, all'uscita del Fans Park di Cape Town, avvolto nel silenzio irreale di una folla di ventimila persone dopo la sconfitta ai calci di rigore delle *Black Stars*, vengo coinvolta in una conversazione con alcuni tifosi estremamente delusi “per le ingiustizie che l'Africa deve continuamente subire nella sua storia”. La sconfitta del Ghana ai Mondiali africani, per un'ingiustizia-furbizia sportiva ne era solo l'ultima di una lunga serie. Comunque sia in tanti, in Africa, in Europa e nelle Americhe hanno dato la colpa o il merito del risultato delle *Black Stars* al Dio del calcio, che ama l'Africa ma talvolta la costringe alla sofferenza.

3.5 Identità sportive: sui Bafana Bafana a Cape Town

3.5.1 Illusione estetica di unità

La nazionale di calcio dei Bafana Bafana è stata, durante il periodo del Mondiale, portatrice delle principali narrative mediatiche e una **potente metafora volta a simbolizzare l'unità della “Nazione Arcobaleno”**, rappresentando la contraddittoria e complessa multi-etnicità sudafricana.

Così il tifo verso i Bafana è stato commentato dai lettori sulle pagine del *Cape Times*:

Boys. You are the heroes of our nation. You brought unity to this wonderful country of ours, Wear that sweater with pride- green for the ever growing support and gold for the wealth earned from this World Cup. Viva Bafana Bafana.

Come on South Africans! You should be ashamed of yourselves. All the car guards I have spoken to in the last couple of weeks are supporting Bafana Bafana and they are not South Africans. I am proudly South Africa, driving with my mirror flags.

La *mirror flag*, la bandiera da esporre sugli specchietti retrovisori delle auto, spopolava prima e durante il Mondiale di calcio. Il sentimento di unità nazionale passa anche attraverso l'estetica dei simboli come le bandiere d'incitamento alla Nazionale di calcio, gli specchietti retrovisori imbandierati, le magliette gialle dei Bafana Bafana. Non a caso nel contesto del Cape Town Stadium le bandiere del vecchio Sudafrica figurano fra gli oggetti vietati, come fossero un'arma anti-Nazione contundente. In effetti le bandiere possono essere considerate un'arma sociale. Una bandiera può rovinare l'unità e l'identità nazionale “da stadio”, veicolata dall'estetica dei tanti simboli legati allo sport. Possiamo parlare quindi di una sorta di “**identità cromatica**”, un'identità sensoriale veicolata attraverso il campo visivo, che può durare il tempo di una partita di calcio o di rugby.

Considerare infatti la Nazionale di calcio sudafricana come coerente, stabile e riconosciuto da ogni punto di vista, simbolo costruttore della nazione è fuorviante, e porta a ridurre la dimensione identitaria a una coesione nazionale che talvolta a Cape Town mi è apparsa profondamente contraddittoria e dinamica.

Per comprendere meglio questo punto occorre illustrare brevemente la **situazione politica attuale**. L'ANC, il partito di Nelson Mandela, rappresenta la maggioranza attualmente al Governo. La provincia del Western Cape è l'unica zona dove il partito DA (Democratic Alliance) detiene la maggioranza di governo provinciale e municipale. Nelle ultime elezioni municipali nel maggio 2011, il DA ha “tenuto” la guida politica della città con una maggioranza intorno al 70%. L'elettorato dell'ANC è rappresentato soprattutto dagli abitanti delle townships. La popolazione bianca e coloured di Città del Capo rappresenta invece l'elettorato di maggioranza dei DA. **Anche nelle scelte di voto possiamo intuire come l'identità razziale sia una determinante importante.**

In riferimento al sentimento di coesione nazionale durante il Mondiale di calcio Pshasha Seakamela dell'Istituto per la Giustizia e la Riconciliazione di Cape Town si chiede⁵⁸:

⁵⁸In *Cape Times*, 16 giugno 2010.

is this sudden love for soccer just a matter of sweeping our difference under the carpet for foreign visitors? How far will our patriotic displays, as shown by all race groups during this tournament, go beyond the World Cup? Can we prolong this spirit and wave the flags of reconciliation and transformation, even after the end of the tournament?

Allo stesso modo mi sembra riduttivo e poco corrispondente alle complessità del reale sostenere semplicemente che una nazionale di calcio sia un simbolo di coesione e identità nazionale. Lo è, ma per momenti spazio-temporali più o meno duraturi e in un modo molto dipendente dalle emozioni collettive e dalle rappresentazioni mediatiche relative “l'estetica del tifo”. Come e se questi momenti collettivi caratterizzati da forti emotività rimandanti alla coesione nazionale possano incidere sulle percezioni identitarie future è una questione altamente complessa, che a mio avviso richiederebbe ampi studi comparativi. Proviamo per esempio a pensare all'Italia campione del mondo nel 2006. Chi è sceso in piazza o nelle strade a festeggiare avrà probabilmente percepito un sentimento di unità nazionale e di identità condivisa ma ciò non ha eliminato le dinamiche e le contraddizioni identitarie che possiamo leggere attraverso il calcio italiano (pensiamo per esempio alle forti rivalità campanilistiche del campionato di Serie A) e in generale nella sfera politica e nel discorso pubblico.

3.5.2 La partita fra bianchi-neri-coloureds

Nelle narrazioni di alcuni informatori relativamente ai Bafana Bafana la **componente etnica della squadra (in maggioranza neri) è stata veicolo di contrapposizioni identitario-politiche a livello locale.**

Come mostra Marc Fletcher (in Alegi e Bolsmann: 2010) la percezione generale è che il campionato locale appartenga ai neri. A Cape Town la situazione ha mostrato tutte le complessità del caso. Fletcher nell'ambito della sua ricerca etnografica nota come durante la tournée del Manchester United a Cape Town i

tifosi dei Kaizer Chiefs (squadra di Soweto, township nera di Johannesburg, nei pressi di Soweto sorge il Soccer City, lo stadio della finale del Mondiale) coi quali viaggiava durante il suo lavoro sul campo lamentassero di essersi sentiti in minoranza rispetto ai sostenitori avversari, composti in maggioranza da bianchi e coloureds.

A Cape Town invece durante una delle conversazioni⁵⁹ più interessanti sull'argomento mi venne detto, da tre informatori coloured, che la squadra dei Bafana Bafana del Mondiale 2010 era formata quasi in esclusiva da giocatori neri, perché l'ANC è “nera” e ha potere decisionale e di forte influenza sulla SAFA, organismo sportivo-politico che tende a non selezionare calciatori bianchi e coloured nella Nazionale. Inoltre uno degli informatori era convinto che fosse stato scelto il Soccer City quale stadio della finalissima per lo stesso motivo:

Power is in Jo'burg⁶⁰, of course they chose Soccer City to play the “grand finale”, SAFA also is in Jo'burg. They got the power for everything.

L'affermazione si legava chiaramente alla situazione politica di Cape Town, amministrata dai DA, partito d'opposizione al Governo, in genere molto critico verso l'operato dell'ANC.

Anche per quanto riguarda i giocatori della Nazionale mi fu detto, nella stessa conversazione, che **Matthew Booth**, giocatore bianco nato a Fish Hoek, a una trentina di chilometri da Cape Town, considerato peraltro da altri interlocutori **giocatore “simbolo” del nuovo Sudafrica** in quanto sposato con una sudafricana nera, fu selezionato ma non fu fatto entrare in campo durante il Mondiale proprio per il colore della pelle.

Booth fu anche protagonista di un fraintendimento che dimostra come spesso i giornalisti possano essere fuorviati nel riportare i fatti da interpretazioni “etnocentriche” della realtà.

⁵⁹Diario di ricerca, 27 luglio 2010.

⁶⁰Così viene chiamata Johannesburg dai Sudafricani.

Durante la *Confederation Cup* del 2009 (sorta di torneo a otto squadre, prova generale della Coppa del Mondo) Booth fu spesso incitato dagli spalti all'urlo di “Boooo”. Ora, diversi giornalisti (abituati ai cori razzisti europei) ne scrissero come di un **caso di razzismo** dei neri verso i bianchi.

Come ho avuto modo di constatare durante la partita Ajax Cape Town-Mamelodi Sundowns vista all' Athlone Stadium di Cape Town nel febbraio 2010 il coro *Boooo* era un modo diffuso d'incitare il giocatore, semplicemente per l' assonanza sonora col suo cognome. Fatto sta che durante il Mondiale 2010 Matthew Booth si vide solo sulla panchina dei Bafana Bafana.

Alcuni giornali, fra cui i settimanali sportivi *Kick Off* e *Laduma*, e alcuni commentatori televisivi diedero spiegazioni tecniche, sostenendo che il giocatore, essendo un difensore troppo alto, poco poteva servire nella fase di qualificazione contro squadre che non facevano del gioco aereo una prerogativa d'attacco. A parere del mio informatore queste spiegazioni non erano per niente veritiere. Matthew Booth secondo lui non era entrato in campo perché la SAFA, controllata dall' ANC voleva mostrare al mondo una **Nazionale formata solo da calciatori neri**. Lamentava inoltre il fatto che la SAFA non facesse ricerca di talenti nei Cape Flats, dove ci sono tanti giovani coloured di buone speranze calcistiche, ma che non verranno mai selezionati per motivi “etnico-politici”:

Cape Town players are ignored in favour of so-called “glamour club” (Kaizer Chiefs e Orlando Pirates) notwithstanding the professional acumen displayed by Cape Town clubs in term of producing players of high quality. Maybe Cape Town should say to hell with Safa and Bafana.

Allo stesso modo i tifosi coloured dell' Ajax-Cape Town⁶¹ mi dissero più volte

⁶¹L'Ajax Cape Town è una sorta di squadra “satellite” dell'Ajax Amsterdam. Hanno le stesse magliette, sui siti internet e sui social network dei tifosi appaiono le foto di entrambe le squadre, allo stadio durante le partite dell'Ajax CT spesso si vedono bandiere e magliette dell'Ajax Amsterdam e tifosi dipinti di arancione in richiamo al colore simbolo olandese. A primo acchito il legame fra le due squadre può apparire come un legame post-coloniale fra Olanda e Sudafrica ma la questione sarebbe da approfondire. I principali tifosi dell'Ajax CT sono i coloureds dei Cape Flats, i discendenti dei boeri e fatto interessante esponenti molto conosciuti della comunità Rastafari, commercianti nel principale mercato cittadino. Questi ultimi, da me intervistati non

che gli arbitri non assegnavano mai rigori contro l'Ajax tendendo a favorire le squadre di Johannesburg più “neri”. Il motivo pare lo stesso notato da Fletcher (2010) per cui, pur nella complessità dei contesti locali, la percezione collettiva è che il calcio “appartenga ai neri”, anche se la situazione pare ribaltata nella percezione dei tifosi di Johannesburg in trasferta a Cape Town. I tifosi dell'Ajax CT lamentano anche il fatto che generalmente sulla SABC sono trasmesse più spesso le partite di Pirates o Kaizer Chiefs, squadre rivali sul campo ed elementi di definizione dell'identità attraverso contrapposizioni e differenze veicolate dal tifo calcistico (conversazione personale gennaio 2011). La non trasmissione delle partite dell'Ajax Cape Town sulla SABC viene spesso vissuta come una discriminazione. Vediamo un commento sulla pagina Facebook della squadra:

I unfortunately couldn't go to the stadium - the match was not shown on TV, as usual, so I have no idea how the team performed. I would like to know why they never show the CT team's matches on TV, unless they play against Pirates or Chiefs, are they discriminating against us or what's the issue.

Il supporto per i Bafana Bafana durante il Mondiale è stato comunque anche a Cape Town manifesto, sentito ed entusiasta. Visibile soprattutto durante i ***Football Fridays***, giorno della settimana in cui, a partire da molti mesi prima dell'inizio dell'evento, il Governo invitò tutti i Sudafricani a recarsi al lavoro, a scuola, a uscire a far la spesa con indosso la maglietta della Nazionale di calcio⁶².

vedono il legame fra le due squadre come una “dipendenza” dagli Europei ex-colonizzatori.

⁶²In egual modo in occasione della Coppa del Mondo di Cricket, svoltasi in India, Bangladesh e Sri Lanka a inizio 2011 i media e il Governo hanno invitato i sudafricani a indossare la maglia dei Proteas (soprannome della Nazionale di Cricket, dal nome del fiore simbolo del Sudafrica). Per il Mondiale di rugby del settembre 2011 il Dipartimento dello Sport sudafricano e l'International Marketing Council hanno lanciato il progetto “*Ekhaya, Magnificent Fridays and Play Your Part*”. Ecco le motivazioni della campagna nelle parole di Iggy Sathekge, uno dei direttori (al sito www.magnificentfridays.co.za, accesso 20 agosto 2010): “South Africa has a proud history of being a successful sporting nation...Sports is a catalyst for promoting nation building. The IMC has partnered with SRSA to mobilize support for the Rugby World Cup 2011 and All Africa Games 2011 anchored around the Magnificent Fridays campaign, we encourage all South Africans to Play their Part in this regards... Brand SA may be the custodian but the brand belongs to all of us, each of you here today is the builder of this brand that which we love so much: Brand SA. If we all act with unity of purpose, we will contribute to growing our reputation in SA and internationally.” Così il vestire una maglietta della Nazionale diventa un veicolo di promozione

La maglietta dei Bafana Bafana, gialla, colore nazionale del 2010, è così portatrice di un'identità estetica, efficace nel veicolare l'entusiasmo verso l'evento e il senso di comunità nazionale.

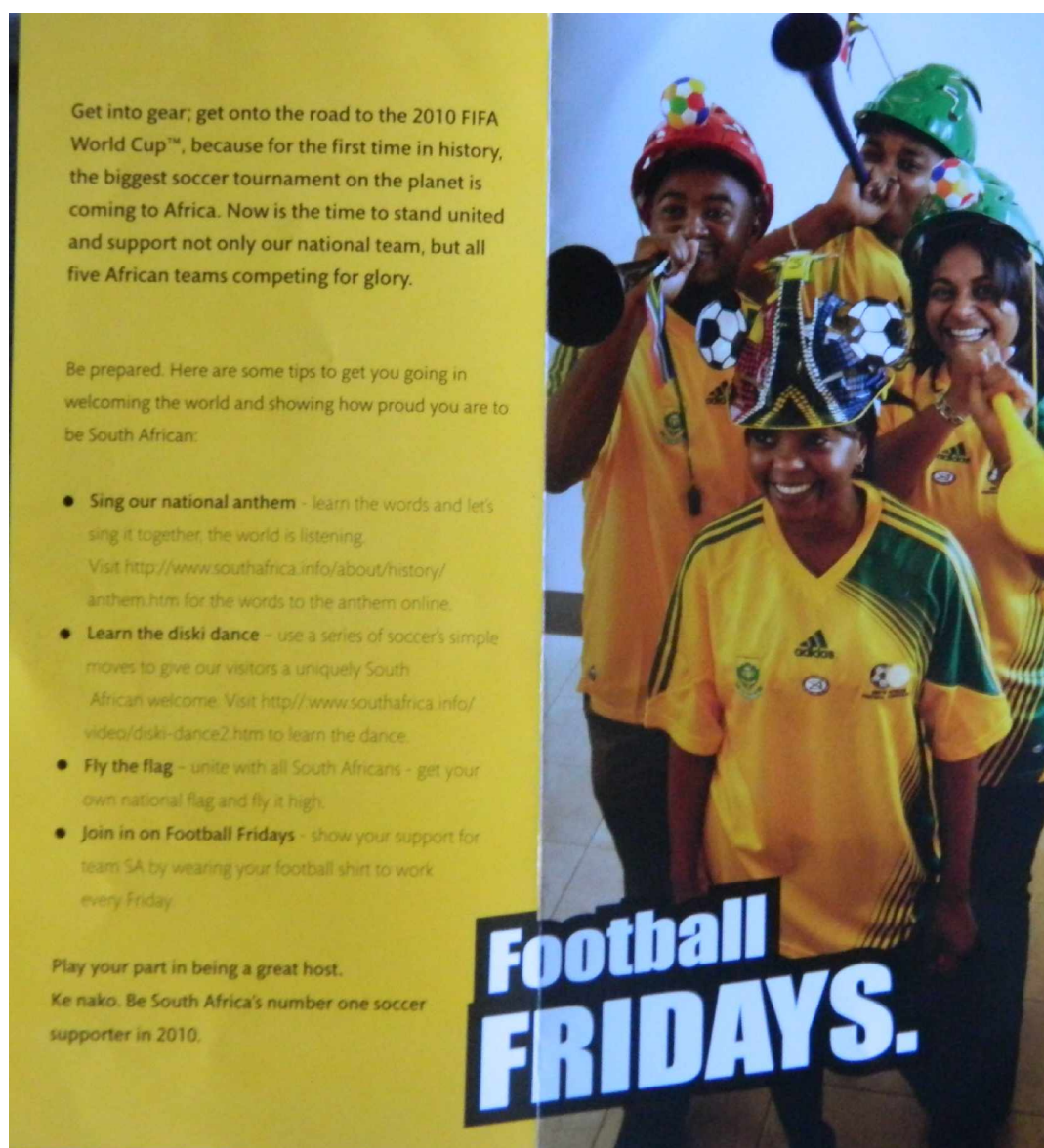


Figura 3.9: opuscolo volto a invitare i sudafricani alla celebrazione dei Football Fridays

A Cape Town, come è emerso durante le interviste e le conversazioni svolte
del “marchio Sudafrica”.

all'interno del Fan Park, c'è stato chi ha lamentato la mancata rappresentazione identitaria della città all'interno degli eventi correlati alla proiezione delle partite:

The opening ceremony was fantastic but not representative of South Africa. Where were the Indian dancers, Cape Town minstrels and Afrikaans singers?

I am somewhat saddened by the lack of more diversity and absence of local homegrown musicians included in the entertainment line up.

Come dimostrano le narrazioni critiche sui Bafana Bafana ascoltate a Cape Town sentirsi parte di un'identità collettiva nazionale veicolata dallo sport, dalle emozioni e non ultimo dai colori a essa legati, non rimuove le dinamiche sociali e le interpretazioni collettive legate all'identità locale, la quale nell'identità nazionale può rispecchiarsi, riconoscendosi o al contrario allontanandosene in modo critico.

CAPITOLO 4

Eventi medialti del calcio glocalizzato

It is impossible to grasp the whole truth
from a single point of view; and conversely,
every honest point of view achieves an aspect
of truth (J.S. Mill, 1859)

Lo spettacolo non è un insieme di immagini,
ma un rapporto fra individui mediato
dalle immagini.
(Guy Debord, 1967)

Un Mondiale di calcio può essere considerato un evento sia mediale, sia reale. Partendo dalla letteratura principale relativa alla complessa categoria di “**evento mediale**” (Dayan, Katz: 1992) vedremo come le teorizzazioni legate alla categoria di evento, tutt'altro che scontate, portino a delle interessanti connessioni fra l'audience e le produzioni dei media, fra gli spettatori e i giornalisti “addetti ai lavori”. Tali connessioni aiutano a comprendere come un evento “glocale” quale un Mondiale di calcio possa essere oggetto di studio antropologico solo

considerandone le differenti dimensioni come strettamente legate nella circolarità fra produzione e comprensione di significati e pratiche.

Anche la produzione giornalistica dell'evento, da leggersi alla luce del concetto di *Journalistic Field* (Bourdieu, 1995), appare caratterizzata da determinate politiche (come le norme che regolano l'assegnazione degli accrediti), relazioni (il rapporto fra giornalisti accreditati e free-lance per esempio), pratiche giornalistiche e di ricezione delle audiences fortemente connesse a una dimensione collettiva legata alla particolarità mediatica dell'evento “Mondiale di calcio”.

4.1 Sul concetto di evento mediale

4.1.1 Una nuova immagine del Sudafrica

Il concetto di evento mediale (Dayan, Katz: 1992; Couldry *e al.* 2010) rappresenta un essenziale strumento teorico per l'interpretazione degli eventi sportivi nelle loro relazioni interrelate fra media, spettatori globali e pratiche esperienziali connesse alla fruizione dell'evento da parte delle folle (intese come audience globale e come folla reale per le strade e nelle piazze destinate alla visione collettiva). L'evento mediale si situa in una dimensione differente da quella della vita quotidiana degli utenti dei media, e allo stesso tempo in una sfera particolare rispetto all'ordinaria programmazione giornalistico-televisiva.

L'evento mediale relativo a una manifestazione sportiva sembra inoltre rivestire quelle caratteristiche che Huizinga (1938) e Callois (1961) attribuiscono al gioco, ovvero una dimensione tempo-spazio definita, particolare e separata rispetto al quotidiano. L'evento mediale relativo al gioco sembra così rafforzarsi dentro **dimensioni di separazione e unicità** rispetto ad altri eventi più giornalistici e,

seppur nella loro unicità, facenti parti dell'ordinarietà delle cronache del quotidiano lavoro degli addetti ai media.

L'evento mediale può invece, stando alle elaborazioni di Dayan e Katz (1992), essere considerato un evento cerimoniale. Per cogliere le differenze fra esso e le ordinarie rappresentazioni dei media l'esempio di seguito offre spunti interessanti (*ibid.*: 12):

Siamo interessati al funerale di Kennedy- un grande evento cerimoniale – non all'assassinio di Kennedy- un evento giornalistico cruciale. I messaggi di queste due trasmissioni sono differenti, i loro effetti sono diversi: sono presentati in modi completamente differenti. I grandi eventi giornalistici parlano di incidenti, sovvertimenti, i grandi eventi cerimoniali celebrano l'ordine e la sua restaurazione.

Nel caso del Mondiale in Sudafrica tale aspetto risulta particolarmente evidente se pensiamo alle **celebrazioni di un “nuovo ordine nazionale interno”** che durante il Mondiale ha cercato di esteriorizzarsi nelle immagini della Coppa del Mondo. Immagini soprattutto legate a un'idea di multiculturalità a-conflittuale dopo gli anni dell'apartheid. Dice un giornalista sportivo del *Cape Times* intervistato sull'argomento:

I would say the principle benefit of World Cup 2010 was its effect on nation-building and bringing South Africans together. Economically, large sports events are generally very costly for the host nation and South Africa was no different, and therefore tournaments like the World Cup are justified by the sense of togetherness and social cohesion they can create. I would say in the example of 2010, this was particularly important given the deep and historic social rifts that exist in the country. There was a real sense of unity during the tournament, one which the media very much hyped up. I have to say the South African media, which had been a healthy mixture of positive and skeptical about the tournament in the years before it started, became universally positive during the games. (intervista del 27 luglio 2010).

Così, durante l'evento i media sudafricani sono stati in linea generale “bendisposti” nel garantire un'immagine volta a rappresentare l'unità nazionale. Il

Mondiale di calcio ha rappresentato una cerimonia mediatica nazionale e globale, durante la quale (auto)rappresentare un Sudafrica moderno, organizzato e soprattutto lontano dai tempi in cui era isolato dal mondo per le politiche dell'apartheid.

Ma l'immagine è anche veicolata dall'esterno, e durante un evento mediale globalizzato la rappresentazione “interna” dell'evento può non corrispondere con le rappresentazioni “esterne”; come abbiamo visto è accaduto con le rappresentazioni afro-pessimistiche della stampa inglese. Comunque, nonostante queste rappresentazioni discordanti, la narrazione attraverso l'evento sportivo di una nuova immagine del Sudafrica da mostrare al mondo pare, a detta di tanti opinionisti e interlocutori locali, sia stata una delle eredità più importanti del Mondiale 2010.

4.1.2 Competizione, Conquista, Incoronazione

Secondo Dayan e Katz le forme narrative degli eventi mediali possono essere riassunte sulla base di tre diverse dinamiche e *script* di narrazione dell'evento stesso: Competizione, Conquista ed Incoronazione. La narrazione di un evento mediale, soprattutto se sportivo, sembra non categorizzarsi mai in una “forma pura” fra le tre teorizzate, piuttosto le sue caratteristiche devono essere ricercate in forme articolate fra i tre “tipi” principali. Leggiamo nella figura 4.1 (Dayan e Katz, 1992:59) un sunto delle principali peculiarità relative a ciascun script narrativo fra i tre teorizzati :

DIMENSIONE	TIPO DI EVENTO		
	Competizione	Conquista	Incoronazione
1. Periodicità	Fissa (ciclica)	Non fissa (una sola volta)	Non fissa (ricorrente)
2. Regole	Regole concordate	Nessuna regola	Abitudine Tradizione
3. Luogo (scena)	Arena, stadio piazza, studio	Soglie dello spazio sociale frontiere limiti	Strade, chiese, itinerari urbani
4. Antagonisti	Uomo vs. Uomo	Eroe vs. norme, credenze, natura	Rituale vs. realtà; persone vs. simboli
5. Probabilità	Uguali	Contro l'eroe	Contro il rituale
6. Sviluppo dell'azione	Chi vincerà?	L'eroe riuscirà nell'impresa	Il rituale avrà successo Il protagonista è meritevole di questi sacri simboli? Può la realtà essere tenuta fuori?
7. Ruolo del protagonista	Giocare secondo le regole. Il migliore vincerà. Lo sconfitto avrà un'altra chance.	Riproporre le norme. Permettere la discontinuità. Passi da gigante per l'umanità.	Incarnare le regole. Simbolizzare la continuità
8. Ruolo del presentatore TV	Non sostenitore	Elogiatore	Reverente, sacerdotale
9. Ruolo dell'audience	Giudicare	Essere testimone; essere in atteggiamento reverente; conferire carisma all'eroe, sospendere l'incredulità	Rinnovare il contratto con il centro, garantire l'obbedienza.
10. Messaggio	Le regole sono sopra tutti	Le regole possono essere cambiate	Le regole sono legami con la tradizione
11. Forme di autorità	Razionale-legale	Carismatica	Tradizionale
12. Rapporto con la gestione del conflitto	Inquadra, ridimensiona, umanizza il conflitto	Supera il conflitto attraverso l'identificazione sopra le parti	Offre una sospensione del conflitto invocando i valori basilari della società
13. Orientamento temporale	Presente	Futuro	Passato

Figura 4.1: schematizzazione dell'elaborazione teorica di Dayan e Katz sui tre tipi di evento mediale

Tale schematizzazione risulta altresì utile a un'analisi volta a interpretare e meglio inquadrare le narrative mediatiche legate a un Mondiale di calcio in connessione con la sua fruizione dal vivo da parte delle folle. Analizzeremo nel dettaglio quest'aspetto nella seconda parte di questo lavoro.

In Dayan e Katz (*Ibid.*: 48-49) troviamo inoltre un riferimento alle **tre diverse forme di autorità** proposte da Max Weber (1946) in connessione con le diverse tipologie di evento. Così alla dimensione della Competizione si lega l'autorità razionale-legale delle democrazie parlamentari, alle Incoronazioni si lega l'autorità tradizionale, alla Conquista l'autorità carismatica. Il riferimento alle tre forme di autorità weberiane porta ad assegnare ruoli diversi alle audiences. A tal proposito (Lewis, 1978 in Dayan e Katz: 49):

Le audiences delle Competizioni giudicano i partecipanti sulla base di criteri razionali; come un arbitro esse controllano se le performances sono conformi alle regole applicabili. Le audiences delle Incoronazioni garantiscono obbedienza alle forme tradizionali di autorità e lo fanno in maniera essa stessa codificata dalla tradizione. Le audiences delle Conquiste echeggiano le nuove articolazioni proposte dall'ordine simbolico, spesso nella forma di movimenti sociali spontanei.

Ora, se pensiamo all'evento mediale sportivo, è facile intuire come il suo successo nell'attrarre audiences globali possa essere ricercato nella sua possibilità di essere contemporaneamente (a seconda dei soggetti individuali, del momento storico, del contesto, dell'evolversi dell'evento, dell'emotività delle folle che lo seguono) Competizione-Incoronazione-Conquista. Per esempio la Competizione è insita nelle possibilità di esistenza, nell'essere-in-sé di una gara sportiva. L'Incoronazione può essere relativa all'eroe di una partita o alla Nazionale vincitrice in un torneo internazionale. La Conquista è metafora dello sport per eccellenza: nel calcio la conquista di un "territorio" come la porta avversaria o di un oggetto simbolico come la Coppa del Mondo.

L'evento mediale è inoltre frutto della collaborazione fra partners: gli organizzatori dell'evento (la FIFA nel nostro caso), i *broadcasters* che ri-

producono l'evento ricombinandone gli elementi, e i pubblici in luoghi privati o affollati, senza il cui interesse l'evento mediale sarebbe un fallimento (Dayan, Katz, 1992: 61). Riprendiamo di seguito il commento di un giornalista televisivo della e.tv di Cape Town da cui emerge come i tre attori siano uniti nella “buona riuscita” dell'evento mediale, obiettivo che può portare i giornalisti coinvolti a “sopprassedere” sugli aspetti critici, aspetti relativi per esempio alle implicazioni socio-economico-politiche dell'evento da parte del Paese ospitante (analizzati nel capitolo 2):

South African media coverage of the 2010 World Cup was overwhelmingly positive, often as an attempt to reflect a sense of intense pride that was being felt on the streets. I think this often drifted towards lazy and inaccurate reporting. For example, the Sunday Times ran a major story on its front page on June 13 declaring the World Cup would be a great success because FIFA had made more money (\$3bn) through TV rights and marketing etc than ever before, which showed how well South Africa had done as host. However none of this money is given to South Africa and is indeed not even taxed - one of the most controversial aspects of hosting any World Cup. To me it seemed the South African media became slightly blinded by its happiness at acting as host and became complacent in its role, which was to monitor the World Cup and reflect the complete picture.

(intervista del 31 luglio 2010).

Anche il Paese ospitante deve quindi essere compiacente verso l'evento mediale, in una complicità con l'ente organizzatore volta spesso a “occultarne” le criticità. L'evento mediale può essere inoltre considerato una sorta di “vacanza della comunicazione di massa”. La quotidianità dei palinsesti infatti si modifica e si orienta intorno all'evento a trecentosessanta gradi. Questa simultaneità crea negli spettatori una forte sensazione di coesione sociale, attraverso una cerimonia in diretta televisiva vissuta come una situazione al di fuori dell'ordinarietà delle abitudini (della vita reale o come telespettatore).

4.1.3 Un evento cerimoniale totale

Il concetto di evento mediale elaborato da Dayan e Katz (1992) e rivisto dagli stessi autori (in Couldry e *al.*, 2010) anche alla luce degli sviluppi tecnologici degli ultimi vent'anni è da considerarsi:

un tentativo di collegare l'antropologia della cerimonia (Durkheim, 1912; Handelman, 1990; Levi-Strauss, 1958; Turner, 1985) al processo di comunicazione di massa (Dayan, Katz, 1992:4).

Nel caso di un Mondiale di calcio l'aspetto cerimoniale è da ricercarsi anche nel **mantenimento di una tradizione**⁶³, relativa al perpetuarsi delle regole del gioco senza ausili tecnologici, alle cerimonie di apertura e chiusura volte a rappresentare simbolicamente il Paese ospitante, o relativa al trofeo-feticcio esposto in luoghi pubblici prima dell'inizio dell'evento.

Per esempio a Cape Town la Coppa del Mondo fu esposta qualche settimana prima dell'inizio del Mondiale nel complesso commerciale di Waterfront. Ci andai per curiosare e per capire quanta gente fosse in realtà interessata a vedere dal vivo il trofeo. Dovetti arrendermi all'impossibilità di entrare nella sala blindata dove era esposto il “feticcio” dato una coda chilometrica di visitatori si era formata sin dalle prime ore del mattino. La *Coca Cola*, uno degli sponsor ufficiali del Mondiale, dava ai propri consumatori la priorità di vedere e fotografare il Trofeo nel caso avessero spedito alcuni tagliandi della bevanda. Così le pratiche di consumo di alcuni *brand* si sono legate, in Sudafrica e su scala globale, all'evento

⁶³Un esempio significativo in tal senso è il torneo tennistico di Wimbledon. Pur nei cambiamenti avvenuti negli ultimi anni a livello tecnologico (per esempio installazione di un sensore per riconoscere quando una pallina tocca il fil di rete o calcolatori della velocità dei singoli colpi) il torneo resta fortemente legato alla tradizione. L'obbligo dei giocatori di vestirsi di bianco, il divieto di esporre loghi di sponsor in modo vistoso sia sull'abbigliamento dei tennisti sia intorno al campo, i colori ufficiali della manifestazione o l'usanza di mangiare fragole con panna da parte degli spettatori sono tutti aspetti di una “tradizione preservata”. Così Wimbledon attraverso il mantenimento delle usanze e il rifiuto di essere colonizzato da sponsorizzazioni varie sembra preservare il proprio aspetto cerimoniale in maniera forte, pur avendo introdotto le numerose innovazioni tecnologiche che hanno caratterizzato il tennis negli ultimi anni.

sportivo, non solo attraverso la sponsorizzazione mediatica, ma attraverso un'azione organizzativo-sociale diretta sui luoghi “reali” dell'evento.

Inoltre, per considerarsi una cerimonia, l'evento mediale ha bisogno di una preparazione strutturale allo scopo. Ecco quindi che il ruolo degli “addetti ai lavori” diventa centrale nelle dinamiche cerimoniali dell'evento sportivo. Dai comitati organizzatori ai *broadcasters* internazionali, dai giornalisti agli sponsor, dagli addetti alle produzioni stampa e TV alla classe politica del Paese ospitante, sembra che l'unità d'intenti sia finalizzata allo scopo di rendere l'evento mediale una cerimonia da tramandarsi nelle memorie collettive.

Anche alcune voci-contro, come abbiamo visto in precedenza, partecipano alla festa collettiva, certo criticandola, ma sempre focalizzando i punti di vista critici sull'evento stesso, pur trattandosi, come nel caso dello spostamento dei senzatetto a Cape Town, di questioni da criticare in modo continuativo a prescindere dalla situazione d'eccezionalità insita nell'evento stesso. La critica culturale pare quindi sia in parte dipendente dall'evento mediale-reale, di cui in un certo senso approfitta per acquisire maggiore visibilità, nel tentativo di essere condivisa da un maggior numero d'individui o gruppi.

Un altro fatto significativo e curioso relativo alle connessioni fra la straordinarietà dell'evento mediale e i contesti geografico-reali è avvenuto nel Limpopo (nel Nord del Paese) in relazione alla scarsa partecipazione alla scuola d'iniziazione alla circoncisione⁶⁴ per via della sua concomitanza con il Mondiale. Gli iscritti

⁶⁴ In *Cape Times*, 23 giugno 2010: 4.

In varie zone del Sudafrica, soprattutto presso la popolazione Xhosa, la cerimonia d'iniziazione prevede la circoncisione e l'allontanamento del circonciso nei boschi per qualche settimana. A scopo di preparazione al rituale sono sorte alcune scuole. Scrive Matjeke, che ha studiato le scuole di circoncisione nel Limpopo (in [www. http://www.historyofcircumcision.net/index](http://www.historyofcircumcision.net/index), accesso 15 marzo 2011) :“Of late, the practice has degenerated into a money-making operation. People pay as much as R400 per boy for the attendance of (circumcision) schools. The schools are launched annually at some localities (as opposed to the old tradition of every five years). Boys as young as six years are admitted at the schools [...] as more and more boys are opting for clinical circumcision, the school leaders have resorted to the radical practice of abducting males to these schools”.

Il dibattito sudafricano sulla circoncisione riguarda soprattutto l'opportunità medica della stessa. La South African Medical Association ha dichiarato l'inutilità della pratica dal punto di vista medico: “Similar horrifying circumcision outcomes have been , with reports of the deaths and

alla scuola, le cui lezioni si sarebbero svolte anche nel periodo della Coppa del Mondo, risultavano il 75% in meno rispetto all'anno precedente. Ciò è stato ricondotto al fatto che la scuola aveva vietato la visione delle partite. Tale episodio, letto in un'ottica d'interazione fra cerimonie tradizionali e “cerimonie moderne dei media”, risulta essere piuttosto significativo.

Anche i sindacati hanno posticipato alcuni scioperi, per non danneggiare l'immagine internazionale del Sudafrica. Di seguito un commento in proposito da parte di un lettore del *Cape Times*:

The labour federations, whose constituency is predominantly people who survive on a hand-to-mouth basis, are told that striking during the World Cup would send out a negative image of the country. As much as the working class love this country and is passionate about their football, a Mr Thomas from America, for example, who will reside in a five-star hotel for a few weeks is the last person who they will be concerned about in this bargaining month (Mzikayse Dlamini, Cape Town in *Cape Times*, 28 giugno 2010:10).

Più che di evento mediale vorrei qui utilizzare un'altra proposta terminologica e concettuale: usare il termine e il concetto di “**evento totale**”, rifacendosi alla nozione di fatto sociale totale (Mauss, 1924). Evento totale mi pare infatti meglio rifletta le connessioni fra l'evento mediale e le sue manifestazioni sui “campi reali” dove si sono svolti i Mondiali del 2010, aiutando a meglio comprenderne le quotidiane interrelazioni fra le dinamiche socio-antropologiche del luogo ospitante l'evento e le rappresentazioni cerimoniali dei media.

mutilations being beamed across the world by all the major news services. No one understands why we as a country – or as communities – have seemingly stood by and done little or nothing as these deaths rock the country year after year. Anywhere else in the enlightened world, this kind of mayhem would have evoked community outrage and led to urgent and drastic action to prevent it (in *South African Medical Journal*, agosto 2003). Sulla circoncisione in Sudafrica interessante è il romanzo “A Man Who Is Not A Man” di Thando Mgqolozana.

4.2 È la stampa sportiva bellezza!

4.2.1 Paradossi nel giornalismo sportivo

Veniamo ora ad alcune considerazioni relative a una delle principali “istituzioni produttrici” delle rappresentazioni relative l'evento “Sudafrica 2010”: la stampa sportiva. A differenza del giornalismo televisivo dedicato allo sport le dinamiche legate alla produzione di rappresentazioni-informazioni sportive della stampa sembrano amplificare alcuni aspetti legati al concetto di *Journalistic Field* [(Bourdieu,1995)anche in Benson, 2005]. Per Bourdieu il campo giornalistico è uno spazio di produzione strutturato attraverso le relazioni fra organizzazioni, istituzioni e ruoli sociali come quello del giornalista.

Analizzerò quindi il giornalismo sportivo sullo sfondo delle teorizzazioni di Bourdieu.

Da un primo punto di vista riguardante l'analisi testuale possiamo notare come le rappresentazioni sportive televisive si strutturino intorno alla “tecnica del commento”: lavorando soprattutto attraverso le immagini, durante lo svolgimento delle gare in diretta, il compito dei commentatori televisivi sembra lasciare poco spazio ad altri tipi di narrazioni, per esempio maggiormente legate agli aspetti socio- politici dello sport.

Un caso particolare e interessante di commento giornalistico sportivo è relativo al tennis. Nei commenti televisivi di questo sport spesso si pone l'accento sulla “trama” della partita e sul carattere psicologico dei tennisti-attori. La trama può così diventare, a seconda dell'andamento della partita, “un film thriller” quando il gioco tende a repentini campi di punteggio e permane la suspense fino al *match point* finale, o una commedia, se il gioco è divertente e spettacolare. In ogni caso nei commenti del tennis importante spazio trova l'analisi delle caratteristiche individuali e dello stato psicologico dei tennisti-attori, che come ben sa chi gioca, può passare dalla concentrazione alla disattenzione, dalla calma alla rabbia nel

giro di pochi punti. Questa rappresentazione psicologica dei “caratteri sul palcoscenico” del campo da tennis si unisce a una serrata analisi statistica del punteggio: percentuale dei servizi andati a buon fine, parte del campo più “battuta” da ognuno degli attori, colpi più o meno vincenti. Il commento di una partita di tennis diventa così una narrazione dove la messa in evidenza di caratteristiche e comportamenti umani si unisce a statistiche ricavate con l'ausilio dalle dotazioni tecnologiche del luogo del torneo e del *broadcaster* che segue l'evento. In linea di massima comunque, a parte il caso particolare del tennis in cui l'analisi dello “stato psicologico” del giocatore è parte strutturante il commento, il lavoro dei giornalisti sportivi televisivi è più legato a uno *script* di narrazione dell'evento quale fosse una storia collettiva che si sviluppa per immagini su un “palcoscenico mediatico”, concludendosi con le interviste a carattere rituale ad allenatori, presidenti delle società, sportivi, interviste spesso caratterizzate dalla ripetitività dei contenuti.

Più complesso è il ruolo dei giornalisti sportivi della carta stampata, chiamati a svolgere una narrazione aggiuntiva, non potendo limitarsi al resoconto tecnico della partita ma dovendo dare elementi di analisi più approfondita e auspicabilmente in connessione con il contesto dell'evento. La maggior parte del pubblico infatti ha già visto l'evento sportivo in diretta televisiva e non si accontenta di rileggerne semplicemente le dinamiche.

Secondo Bourdieu [1995 (in Benson-Neveu, 2005: 33)]:

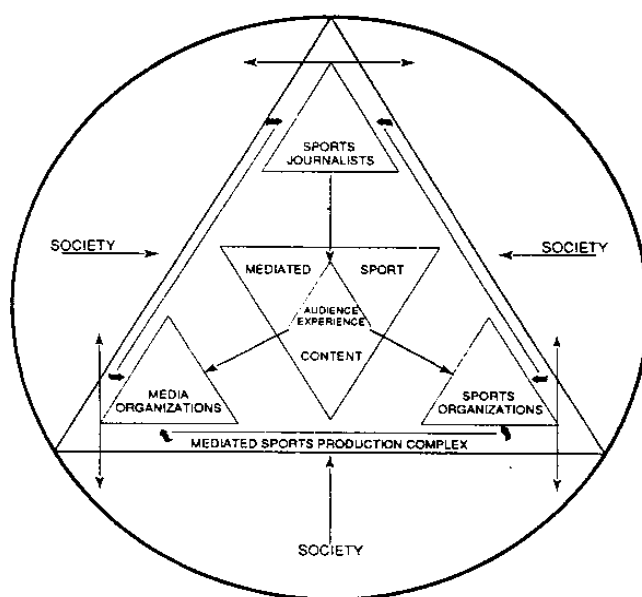
to understand what happens in journalism, it is not sufficient to know who finances the publications, who the advertisers are, who pays for the advertising, where the subsidies come from, and so on. Part of what is produced in the world of journalism cannot be understood unless one conceptualizes this microcosm as such and endeavors to understand the effect that the people engaged in this microcosm exert to one another.

Come mostra il *Transactional Model of Media, Sports and Society Relationships* (Wenner, 1989:26) in figura 4.2 l'esperienza dell'audience viene posta al centro delle dinamiche relative al complesso mondo sociale dello sport mediale.

Scrive Wenner (1989: 27):

In the transactional view, the audience's perception are as much “cultural indicators” as the content material to which they respond. Although its point of departure is audience experience , a transnational approach to mediated sport also entails assessments of content in conjunction with the forces that have led to the production of that content. Taking an “inside out” approach the discussion that follows looks at the component part of the communication of sport model.

Figura 4.2: Transactional Model of Media, Sports and Society Relationships



Per un'analisi socio-antropologica del giornalismo è quindi necessario analizzarne le relazioni con gli altri campi della vita sociale (soprattutto la dimensione economico- politica che regola le organizzazioni della produzione culturale). Il

lavoro dei giornalisti, lo studio etnografico delle loro pratiche e delle loro relazioni, riveste un ruolo centrale nella comprensione del *Journalistic Field*.

Scriva Neveu (Benson-Neveu, 2005: 208):

Analyzing this field thus involves thinking of it as a space of struggle, for example, the struggle to define a good journalism. What is the mark of excellence: the largest audience? The precise and pugnacious questioning of a head of state? Using the social sciences to produce a deep understanding of an event?

Se la risposta a quali siano i requisiti per un giornalismo di buon livello fosse una larga audience, il giornalismo sportivo dovrebbe considerarsi senza dubbio un “buon giornalismo”, nell'ambiente invece è spesso considerato una **sorta di “toy department”** (Boyle, 2006; Rowe, 2007): alla stregua di una “sala ricreazione”, poco degna non solo di dignità accademica o letteraria ma anche di alta considerazione professionale dentro le redazioni.

In Italia quest'aspetto, nonostante interessanti esempi di cronache letterario-socio-sportive (Gianni Brera, Giovanni Arpino, in tempi più recenti Emanuela Audisio e Gianni Mura, per citare alcuni nomi), rispecchia in parte una sorta di “snobismo intellettuale” che, forse eredità dell'idealismo crociano o forse legato alle ideologie dell'estrema sinistra politica, si struttura su un'idea di sport quale “oppio dei popoli”, “panem e circenses”, pratica fascista in cui lo sport è spesso stato manipolato a uso celebrativo dei corpi della “pura razza vincente”.

Il giornalismo sportivo si porta così appresso lo stereotipo di “pratica poco seria e poco impegnativa, slegata dalle rappresentazioni della società e della politica”, nonostante la *Gazzetta dello Sport* sia fra i quotidiani più venduti in Italia⁶⁵ e Berlusconi abbia usato il calcio a scopi di campagna elettorale⁶⁶.

⁶⁵Stando ai dati di Accertamento Diffusione Stampa del 2007, ente preposto al controllo su tirature e diffusione dei giornali in Italia, la *Gazzetta dello Sport* risulta essere il terzo quotidiano del Paese, dopo *Il Corriere della Sera* e *La Repubblica*, con una tiratura media rispettivamente di 825.342 (*Corriere della Sera*), 790.862 (*La Repubblica*), 518.478 (*La Gazzetta dello Sport*). *La Gazzetta* o *La Rosa* (come è chiamata dai suoi lettori) il lunedì (giornata *clou* per la stampa sportiva dopo le gare della domenica) aumenta la tiratura a 655.101.

⁶⁶Prima delle elezioni amministrative 2011 di Milano, diversi Milan Club della città mandarono lettere agli associati chiedendo di votare per Letizia Moratti, candidato sindaco del PDL.

In una conversazione sull'argomento un giornalista professionista mi disse che, se un suo collega in Italia scrive di sport, può tranquillamente passare dall'essere dichiaratamente di sinistra e aver scritto per *Il Manifesto* allo scrivere sulle pagine sportive, per esempio de *Il Giornale*, senza essere tacciato d'incoerenza. Se scrivesse di altro (politica, economia, pagine culturali) ciò sarebbe considerato nell'ambiente poco etico e ammissibile; ciò conferma quindi come la sezione sport di un quotidiano venga considerata la sala giochi di una redazione, un mondo a parte, più “leggero” rispetto alle “notizie di rilievo”.

Anche in Sudafrica le dinamiche paiono essere simili:

One of the reasons sports journalism in South Africa is still sneered at is because it is not steeped in a literary tradition. It does not stand up to academic scrutiny. As a result, it is prone to derisive dismissal by journalistic snobs as a trivial pursuit devoid of intellectual appeal. This means that sports journalism is not subjected to the same intense scrutiny as other forms of journalism. There is therefore a tacit acceptance and tolerance of mediocrity. (Lashias Ncube, 15 ottobre 2009, in <http://www.bizcommunity.com/Article/196/15/41021.html>)

Questi aspetti legati al giornalismo sportivo paiono situarsi in modo paradossale in quello che per Boyle (2006) è un nuovo *trend* del settore: essendo infatti i media sempre più dipendenti dagli sponsor, quindi dal mercato commerciale, e attirando la produzione culturale relativa alle celebrità dello sport una larga audience, il giornalista sportivo diventa una figura chiave dentro le redazioni per la sopravvivenza stessa del “prodotto culturale”. Oltre a questo fenomeno di commercializzazione del giornalismo sportivo, notato da diversi autori (Whannel, 1992, 2008; Garland, Malcolm e Rowe, 1999; Wenner, 1998; Rowe, 2007; Boyle e Haynes, 2000, 2009) la stampa sportiva gioca un ruolo fondamentale nel processo di costruzione delle identità mediatiche, nelle stereotipizzazioni razziali, nel perpetuarsi della comunità immaginata.

Nel caso del Mondiale di calcio sudafricano:

I think sports journalism is in general quite different from other forms of journalism but in the case of the 2010 World Cup the differences were blurred somewhat. Because the World Cup is such a massive event with so many economic implications, sports journalists are forced to report, and consider, so much more than just the action on the pitch. Also in the case of South Africa, many people in the western world knew very little about the country, so many sports reporters made an effort to reflect local culture and history to their readers. I think this happened to a much greater extent than in, say, Germany in 2006 (intervista a un cronista sportivo del *Cape Times*, 20 luglio 2010) .

L'evento mediale porta quindi a rappresentazioni di nuove forme narrative del giornalismo sportivo: non basta narrare di azioni, campioni e fuorigioco ma diventa necessario occuparsi della “cultura sudafricana”, pratica non così necessaria quando ci si occupa di un evento sportivo in Occidente, meno ignoto alle audience globali. Il giornalismo sportivo, pur essendo considerato il reparto “divertimenti” di una redazione, è quindi nel 2010 chiamato a un ruolo informativo più profondo: quello di contribuire alle rappresentazioni del Sudafrica nel mondo.

4.2.2 Sudafrica 2010, argomenti nella stampa italiana

Nel caso di eventi mediali globalizzati i media di differenti aree del pianeta possono presentare l'evento in linea con lo spirito e gli *script* di narrazione di chi l'evento l'organizza oppure discostarsene in modo critico (Sayad, Katz, 1992: 66). Ciò, essendo il campo giornalistico poco autonomo da poteri politici, economici, statali o commerciali (Bourdieu, 1995) può dipendere in larga parte dalle relazioni internazionali fra le aree del mondo coinvolte direttamente nell'evento mediale o da ideologie coinvolgenti le relazioni nord/sud, Occidente/cosiddetti Paesi in via di sviluppo. Abbiamo già analizzato come “l'afro-pessimismo”, relativo all'organizzazione sudafricana del Mondiale, abbia in parte strutturato le

rappresentazioni mediatiche soprattutto da parte della stampa inglese, sia per ragioni post-coloniali, sia perché l'Inghilterra, sentendosi terra natia del *football*, da anni si candida per organizzare un Mondiale di calcio senza essere accontentata dalla FIFA, più orientata all'apertura di “nuovi mercati” del pallone, in Africa, Asia, e Medio Oriente o ad assegnare il Mondiale sulla base dello scambio di voti per le rielezioni presidenziali interne all'istituzione.

Vedremo di seguito come alcuni *script* di narrazione siano stati di costante utilizzo nella copertura di “Sudafrica 2010” da parte della stampa italiana. Tale analisi non ha pretese di totalità: ho infatti scelto un ristretto numero di quotidiani, tale scelta è stata dettata anche dalla facilità di accesso agli archivi. Ho quindi deciso di concentrare la mia analisi sui quotidiani *La Stampa*, *La Repubblica* e *La Gazzetta dello Sport* per la facilità di accesso agli archivi online⁶⁷, attraverso i siti internet o tramite il sistema Media Library On-Line.⁶⁸

Pur nella sua parzialità un'analisi di questo tipo mi sembra interessante per capire come, nel caso di un evento mediale globale, **la stampa di un Paese si concentri su determinati *main arguments*** relativi il Paese ospitante o l'evento stesso, a parte le cronache più strettamente tecnico-sportive.

In questo senso l'analisi sulla stampa italiana può essere collegata alle pratiche professionali dei giornalisti inviati che seguono l'evento. Secondo un informatore, volontario al *Media Center* del Cape Town Stadium, i giornalisti italiani, come i giornalisti giapponesi, tendevano a fare gruppo a parte e a interagire poco con i colleghi di altre nazionalità.

Inoltre gli addetti stampa “ufficiali” al seguito della Nazionale italiana spesso viaggiano con la squadra e alloggiano nello stesso hotel. In questa sorta di “riproduzione comunitaria nazionale in trasferta” viene il dubbio che gli *script* di narrazione usati nella stampa italiana relativamente al Mondiale in Sudafrica

⁶⁷Caso unico in Italia è possibile accedere on-line e in modo gratuito a tutti i numeri del quotidiano *La Stampa* dal 1867 data della sua fondazione.

⁶⁸Attraverso tale sistema qualunque cittadino munito di tessera di una biblioteca pubblica del sistema Consorzio Bibliotecario Nord Ovest Milano può accedere a un gran numero di risorse on-line, fra cui diversi quotidiani esteri, archivi storici di quotidiani italiani e altre banche dati, libri in formato elettronico e video-documentari.

possano essere stati influenzati dall'appartenenza e frequentazione allo stesso micro-contesto e gruppo sociale.

L'analisi testuale può essere anche letta per capire come il giornalismo sportivo possa pluralizzarsi in differenti argomenti, data la natura stessa del calcio quale “fatto sociale totale” (Mauss, 1924).

Come nota Dayan (in Couldry *e al.* 2010: 29) riferendosi a Csigo (2007 in *Ibid.*):

Rather than being spoken by a single, monolithic voice- the voice of the nation- any event becomes part of a conversation involving competing versions of the same event, some of them local, some foreign. This conversation enacts a new model of public affairs in which the centrality of event seems to have dethroned that of newscast.

Nelle rappresentazioni mediatiche e nelle conversazioni intorno all'evento mediale “South Africa 2010” le narrazioni sull'unità nazionale attraverso lo sport dopo i tempi bui dell'apartheid sembrano strutturare, oltre che buona parte dei media sudafricani, altresì diverse rappresentazioni dei giornalisti italiani. Si possono trovare altre motivazioni, oltre a quella della reciproca influenza degli appartenenti allo stesso gruppo professionale: in primis il film *Invictus*, senza dubbio una forma di pre-conoscenza delle dinamiche etnico-sportive sudafricane. Anche un processo di riflessione-imitazione delle notizie dei quotidiani sudafricani (prima fonte d'informazione anche per i giornalisti internazionali) e l'impressione “estetica” di unità nazionale, veicolata da bandiere, copri-specchietti delle auto, dipendenti di esercizi pubblici, uffici e banche con addosso la magliette della Nazionale, ha sicuramente avuto un ruolo costruttore nelle narrazioni sulla coesione sociale, sul rinnovato *nation building* della Nazione Arcobaleno attraverso il tifo per i Bafana Bafana prima, per la nazionale olandese finalista in seguito. Vediamo uno stralcio di articolo come esempio:

C'è persino un nome per la tendenza: «rebranding South Africa» che sta per rivedere un pò la confezione del Mondiale e aggiungere un tocco afrikaner imprevisto. [...] Tim Du Plessis, editore del quotidiano afrikaner “Bleed”, è stupefatto: “Il mondo smetterà di

considerarci razzisti, capirà che siamo integrati, non una minoranza nascosta dentro le case con il filo spinato”. Il filo spinato c'è, ma è nascosto dalle bandiere arancioni. (Giulia Zonca, *La Stampa*, 5 luglio 2010).

Le narrazioni giornalistiche sulla coesione sociale sudafricana sembra abbiano sostituito quelle sull'identità italiana che invece erano costantemente sullo sfondo durante i Mondiali 2006 in Germania. Ricordiamoci che nel 2006 l'Italia vinse il titolo, in Sudafrica uscì al primo turno dopo tre partite giocate male. Sembra quindi che i discorsi sull'identità attraverso lo sport siano nei palinsesti mediali solo in caso di successo sportivo, solo se “conviene”. L'identità nazionale sportiva veicolata dalla stampa sembra avere “scarsa memoria” e si modifica nelle sue dinamiche narrative a seconda dei risultati delle partite. Metaforicamente è come una maglietta indossata dai giornalisti in caso di vittoria, tenuta nell'armadio in caso di sconfitta. Lo dimostra il “processo mediatico” sulle pagine dei giornali quando la Nazionale di calcio gioca male, come è stato nel caso del Mondiale 2010.

Anche la questione della sicurezza è stato un argomento discusso, non tanto con analisi e articoli sulla reale situazione del Paese, ma piuttosto relativamente alla sicurezza della “carovana azzurra” e degli addetti ai lavori, calciatori e giornalisti, nei luoghi dell'evento. Vediamo alcuni esempi:

Diecimila soldati sono stati schierati a protezione delle frontiere con l'obiettivo di evitare l'ingresso di cellule di Al Qaeda, che da un mese si stanno addestrando in Mozambico. Altri plotoni di poliziotti sono stati piazzati intorno agli alberghi che ospitano le nazionali. Il ritiro della squadra americana, per fare un esempio, è più impenetrabile di Alcatraz. Il terzo input è stato: «proteggere gli stadi mondiali». Le strutture, vecchie e nuove, sono presidiate giorno e notte. (Luca Calamai, *La Gazzetta dello Sport*, 7 giugno 2010).

I media sudafricani hanno cercato di tenere «bassa» la notizia (di alcuni disordini e di sedici feriti schiacciati dalla folla all'ingresso dello stadio dove si disputò la partita di allenamento Nigeria-Corea del Nord) Non c'è da sorprendersi: sarebbe probabilmente

accaduto in tutte le parti del mondo. I feriti di Tembisa hanno riproposto il problema della sicurezza. Preoccupati di blindare stadi, alberghi e aeroporti, i sudafricani hanno trascurato gli aspetti secondari, come l'organizzazione delle amichevoli pre-mondiale. (Stefano Boldrini, *La Gazzetta dello Sport*, 8 giugno 2010).

SICUREZZA, voto 3: Se ne è parlato tanto alla vigilia e se n'è vista poca. I metal detector degli stadi potevano essere attraversati da un terrorista di Al Qaeda e probabilmente non se ne sarebbe accorto nessuno. La troupe di una radio italiana è riuscita ad entrare nello spogliatoio del Paraguay prima della partita di Città del Capo. In generale nelle zone riservate alle squadre poteva accedere chiunque, anche se dovrebbero essere tra le più protette. (Ansaldo Marco, *La Stampa* 13 luglio 2010).

L'ultimo stralcio di articolo pone in evidenza una questione centrale: **l'etnocentricità del concetto di sicurezza nelle rappresentazioni mediatiche.**

La constatazione del giornalista italiano, di scarsa protezione verso le squadre, deriva a mio parere anche da un diverso atteggiamento dei tifosi sudafricani verso il calcio, sicuramente più “rilassato” rispetto agli standard italiani. Dopo una serata⁶⁹ del campionato locale al Cape Town Stadium ho notato calciatori accompagnati dalle fidanzate mischiarsi tranquillamente ai tifosi sugli spalti, cosa abbastanza impensabile in Europa nelle categorie professionali. Quest'aspetto ha portato in parte l'organizzazione della sicurezza dentro gli stadi a non preoccuparsi troppo di presidiare gli ingressi degli spogliatoi.

La sicurezza è infatti un concetto culturale. Nel caso sudafricano rappresentato nella stampa italiana il concetto di sicurezza è apparso spesso etnocentrico nelle sue dinamiche legate all'idea che un maggiore controllo (della polizia, delle società di sicurezza private) sia garanzia di maggiore sicurezza. Non che in Sudafrica tale controllo sia assente (la sicurezza privata è un settore economico piuttosto fiorente) ma come dimostra il terzo stralcio di articolo riportato in

⁶⁹Durante il mio secondo soggiorno sul campo fra dicembre 2010 e febbraio 2011 ho seguito diverse partite del campionato locale. Al Cape Town Stadium spesso si disputava il cosiddetto “double game night” nella stessa giornata si giocavano due partite, una di seguito all'altra. Così durante la seconda partita in programma dirigenti, calciatori, tifosi delle squadre della prima partita in programmazione rimanevano nei pressi dello stadio mischiandosi tranquillamente al pubblico.

precedenza la sicurezza intorno alle squadre di calcio è “più rilassata” rispetto al nostro contesto.

4.2.3 Comunità nazionale, prigionieri e sport

La ricerca di una connessione fra il luogo dell'evento e la dimensione locale è un potente processo di costruzione nel capitalismo a stampa (Anderson, 1983) durante l'evento mediale. Mi è parso che tale processo nella stampa italiana sia stato veicolato anche da notizie riguardanti la vita, il lavoro e le esperienze di persone della stessa “comunità immaginata” nel luogo dell'evento. A maggior ragione probabilmente se tale luogo “fisico” è fuori dai confini europei.

Come nota Bayle (2006:3) infatti:

Sports journalism offers a fascinating case study in how global and local media interact in contemporary societies. Sport can at times appear global and outward-looking, and can also be local in focus and intensely domestic in its concerns.

Cercando gli articoli sul Mondiale apparsi fra maggio e fine luglio 2010 sui tre quotidiani italiani di riferimento ho notato diverse interviste a italiani che, in un modo o nell'altro, avevano a che fare col Sudafrica. Così, oltre a un articolo pubblicato su *L'Avvenire* sulla ricerca della sottoscritta (il cronista si trovava probabilmente a corto d'argomenti dopo la prematura uscita di scena della Nazionale italiana) ho trovato varie notizie relative al rientro in “patria” di Ciro Campanella, cardiocirurgo allievo di Christian Barnard⁷⁰, un articolo su Cristiano Eirale, medico sportivo nello staff della Nazionale algerina (fra l'altro conosco Cristiano da circa quindici anni, Cape Town è un villaggio e “il mondo è piccolo”...), vari servizi su NGO italiane operanti in Sudafrica alternati ad articoli e curiosità sulle esportazioni di prodotti italiani o su storie di espatriati più o meno celebri. Le storie personali dei connazionali sembrano quindi veicolare nel

⁷⁰Nel 1967 all'ospedale Groote Schuur di Cape Town Christiaan Barnard esegui il primo trapianto di cuore della storia.

capitalismo a stampa un legame diretto fra l'Italia e “Sudafrica 2010”.

Il processo più interessante che l'evento mediale veicola è comunque relativo alla produzione culturale su tematiche contestuali ai luoghi del suo svolgersi. Così vengono alla luce storie ed esperienze che, se probabilmente la FIFA non avesse assegnato il Mondiale al Sudafrica, non avrebbero visto la luce non solo nelle rappresentazioni mediatiche, ma neanche in romanzi, testi di documentazione o film.

Un caso in proposito è la narrazione delle storie biografiche dei prigionieri italiani in Sudafrica fra il 1941 e il 1947, nata dal lavoro del giornalista della *Gazzetta dello Sport* Carlo Annese, pubblicata sotto il titolo *I diavoli di Zonderwater*, dal nome di una squadra di calcio del campo di prigionia.

A Zonderwater, zona ad una cinquantina di chilometri da Pretoria, furono deportati 94.000 italiani fatti prigionieri degli angloamericani sui fronti africani della Seconda Guerra Mondiale. Nel campo di prigionia fu possibile costruire 39 km di strade, 15 scuole, 22 teatri, 2 ospedali e diversi campi sportivi di calcio, tennis, boxe e scherma (Annesse, 2010:11). Attraverso lo sport si riproducevano così le rivalità politico-sportive della madrepatria. Zonderwater rappresenta tutt'oggi un luogo caro alla comunità italiana in Sudafrica.

Le condizioni dei prigionieri di guerra a Zonderwater furono, tutto sommato, tolleranti: gli inglesi infatti non pensavano a una disfatta dell'esercito italiano in Africa di tali proporzioni, imporre quindi un sistema di controllo troppo rigido avrebbe sottratto forze utili su altri fronti. Delegati al controllo di Zonderwater furono quindi gli alleati sudafricani nella persona del boero Hendrick F. Prinsloo, il quale incoraggiò le iniziative italiane di trasformazione del campo di prigionia in una sorta di cittadina-comunità italiana.

L'armistizio dell'8 settembre 1943 generò confusioni sui ruoli: i nemici erano diventati amici. Vuoi per mancanza di alternative e ritardi nei rimpatri (le navi erano impegnate in primis per rimpatriare i soldati) vuoi perché agli inglesi era indispensabile la manodopera dei prigionieri di guerra, la storia del campo di prigionia di Zonderwater proseguì ben oltre la fine del conflitto per arrivare a

essere narrata da un giornalista sportivo nell'anno del Mondiale di calcio, ed essere riportata nelle recensioni della “produzione sportivo culturale”.

Un'altra “pagina” di prigionia e gioco del calcio, conosciuta attraverso le pagine dei quotidiani nel 2010, è la storia della *Makana Football Association* narrata nel libro *More Than Just A Game*.



Figura 4.3 : logo della Makana Football Association (immagine tratta dal sito www.philosophyfootball.com)

Durante gli anni di prigionia a Robben Island, Mandela e compagni di lotta trovarono conforto nel calcio, giocando un vero e proprio campionato a squadre. Dall'altra parte il Governo dell'apartheid usò il calcio per mostrare alla stampa internazionale come le condizioni dei prigionieri sull'isola fossero “tollerabili”. Oggi la *Makana Football Association* è membro onorario della FIFA.

Figura 4.4: Fotografia storica della pratica del calcio a Robben Island (immagine tratta dal sito www.news.bbc.co.uk)



Anche la storia della Makana FA, come la storia dei prigionieri italiani nella località di Zonderwater, è stata veicolata attraverso le pagine sportive dei quotidiani e dai siti internet globali durante il periodo dell'evento mediale. Resta il dubbio se, senza i Mondiali di calcio 2010, queste storie sarebbero entrate a far parte delle narrazioni relative al contesto sudafricano.

4.3 Dibattiti globali sulla vuvuzela

Quando racconto del mio lavoro di ricerca in Sudafrica una delle curiosità più comuni è riassunta in queste parole: “e le vuvuzelas....?”.

Fra gli aspetti legati all'evento mediale del Mondiale di calcio sudafricano la vuvuzela è diventata un' icona sonora e visiva, uno dei ricordi più popolari veicolati dal Mondiale del 2010, assieme, forse, al compianto polpo Paul, magico mollusco indovino dei risultati delle partite, rimbalzato dal suo acquario in Germania ai media internazionali, per ricordare, a seconda delle credenze del tifoso, i misteri legati alla casualità di un rimbalzo di palla, o le simpatie di un presunto Dio del calcio arbitro non sempre super partes del risultato finale.

Fra cultura e tecnologia il corno in plastica sudafricano (generalmente “made in China”⁷¹) ha scatenato diversi dibattiti globali. Attraverso le pagine dei quotidiani in Italia ci si è chiesti:

Se il suono delle «vuvuzela» fosse il trucco di una regia sudafricana del Mondiale che ne ha voluto fare un fenomeno più grande di quello che e'? Il dubbio esiste. Se lo pone anche Marcello Lippi che racconta quanto è successo lunedì al Green Point Stadium di Città del Capo. «Siamo entrati in campo un'ora prima di giocare contro il Paraguay e c'erano meno di diecimila persone eppure il suono era lo stesso di quando si sono riempite le tribune - dice il ct della Nazionale -. Mi viene da pensare che abbiano piazzato degli altoparlanti

⁷¹In Sudafrica detiene il copyright sul prodotto “vuvuzela” Neil van Schalkwyk che iniziò nel 2001 a produrre e commercializzare il corno in plastica. Dalla Cina sembra siano state importate nel periodo intorno al Mondiale un milione di vuvuzela dalla fabbrica Gua's Guangda Toy Factory nella provincia del Zhejiang (in *Cape Times*, 22 giugno 2010:4).

che diffondono e amplificano una registrazione perché non è possibile che diecimila persone facciano lo stesso baccano di 60 mila». (in *La Stampa*, 16 giugno 2010).

Invece è possibile. Anche nelle partite di *Premier Soccer League*, il campionato sudafricano, dove notai come, in proporzione, i suonatori di vuvuzela fossero in numero nettamente inferiore rispetto ai luoghi del Mondiale di calcio, il baccano era comunque simile a quello dei sessantamila del Green Point la sera tempestosa (grandine e pioggia dell'inverno sudafricano) in cui si giocò Italia-Paraguay. Le differenze nelle pratiche del tifo fra il Mondiale di calcio e il campionato locale mi portarono a pensare che la vuvuzela fosse un modo di farsi ascoltare in mondovisione, un simbolo post-moderno sonoro e visivo, scambiato per “cultura tradizionale del tifo locale”. Per trovare un rimedio tecnologico a salvaguardia dell'audio delle telecronache la BBC e il canale a pagamento francese Canal+ adottarono un filtro digitale:

Il rimedio, appunto, ci sarebbe, confermava ieri quell'ingegnere, Lindoro Del Duca, docente di Elaborazione numerica del segnale alla scuola di specializzazione in Fisica sanitaria dell'università La Sapienza di Roma: «La cosa più semplice - spiega - era quella di applicare un piccolo filtro digitale, della grandezza di un decoder, al segnale internazionale, e di questo parlai a lungo con la FIFA. E successivamente ci fu il contatto con la Rai. In otto mesi non è successo nulla, eppure è un problema che si potrebbe risolvere». Ecco la ricetta digitale: «La vuvuzela, come tutti gli strumenti, emette un suono chiaramente periodico, che si può eliminare, lasciando invece intatto il rumore di fondo dello stadio, come quello del pubblico (Nerozzi Massimiliano, *La Stampa*, 18 giugno 2010).

Il dibattito principale in Europa è stato quindi relativo al “disturbo uditivo” provocato dalle trombette dei tifosi e alle possibilità tecnologiche di controllare la dimensione sonora dell'evento. Se in Africa la vuvuzela fa parte della cultura calcistica non è così in Europa: provocando presunti disturbi uditivi durante le telecronache la UEFA ne ha vietato l'uso durante le proprie competizioni (l'Europa

e la Champions League). Così si legge sul sito della UEFA (accesso 1/09/ 2010):

La magia del calcio consiste nel continuo scambio di emozioni tra campo e tribune, da dove il pubblico può trasmettere una vasta gamma di sentimenti ai giocatori. Secondo il punto di vista della UEFA, però, le vuvuzela cambierebbero totalmente l'atmosfera, affogando le emozioni dei tifosi e distogliendo le attenzioni dalla partita. Per evitare rischi di effetti negativi negli stadi dove si giocano gare di competizioni UEFA e per proteggere la cultura e la tradizione del calcio europeo – canzoni, cori,etc. – la UEFA ha deciso con effetto immediato che le vuvuzela non potranno essere portate all'interno degli stadi dove si giocano gare di competizioni UEFA.

La “cultura” del calcio africano rischiava quindi di “alterare” le “tradizioni” del calcio europeo. Oppure, dietro la motivazione “culturale” addotta dalla UEFA, potrebbe celarsi una motivazione volta a tutelare le esigenze degli addetti ai lavori (calciatori, allenatori, commentatori sportivi) che in Sudafrica hanno lamentato il suono delle trombe. Del resto riferirsi alla “cultura” è spesso un modo semplificato e ideologico per giustificare decisioni controverse. Se la UEFA è arrivata a vietare le vuvuzelas è stato comunque in seguito alla curiosità globale attorno allo strumento. Per esempio in Francia la vuvuzela è stata adottata per fare rumore durante alcuni scioperi e in Italia, durante il Mondiale, si formò un gruppo Facebook chiamato ironicamente “Maleducati che giocano a calcio ai concerti di vuvuzelas”.

Sulla rete sono comparse anche alcune foto (figure 4.5 e 4.6) a rappresentazione dell'origine “africano-tribale” del corno in plastica.



Figure 4.5 e 4.6: foto apparse in rete (alla pagina della comunità facebook “maleducati che giocano a calcio durante un concerto di vuvuzelas) relative alla presunta origine “tribale” della vuvuzela

Nel mezzo del dibattito in difesa della vuvuzela intervenne anche il premio Nobel per la pace Desmond Tutu:

Fanno parte del gioco, danno forza ai tifosi e incoraggiano i giocatori. Possono anche essere un fastidio per l’orecchio dei non iniziati, ma occupano uno spazio sacro nella vita dei tifosi. Non si possono bandire⁷².

In Sudafrica parte del dibattito sull' “oggetto culturale vuvuzela” è stato relativo alle origini della trombetta. Fra varie rivendicazioni “d'invenzione” anche il movimento Shembe, una corrente della Chiesa Battista, si attribuisce la paternità dello strumento:

Now part of South African football tradition, the vuvuzela can trace its non-sporting origins back to the early 1900s. In 1910 Isaiah Shembe founded what he called the Nazareth Baptist Church, a religion now better known just as Shembe. A loose combination of Zulu culture and Old Testament Christianity, it is built around the special healing powers of the founder and the direct line of communication he claimed to have to

⁷²In *Corriere della Sera* , 17 giugno 2010.

God "Football is stealing pleasure from Shembe," When people are playing football and hearing the vuvuzela, they are getting the power of our Holy Spirit" an elderly follower tells the BBC (Johan Fisher, BBC News, 16 gennaio 2010).

La pratica del suonare la vuvuzela negli stadi sudafricani sarebbe quindi, secondo i portavoce del movimento Shembe, nata per caso all'inizio degli anni Novanta, quando un tifoso dei Kaizer Chiefs visitò la Chiesa estendendo l'uso del popolare corno fra i "fedeli del calcio". L'eco della vuvuzela è arrivato anche negli stadi del baseball statunitense. Prima di una partita la squadra dei Florida Marlins regalò ai propri tifosi 15.000 vuvuzelas causando le lamentele dei giocatori avversari:

I know the World Cup is going on, but this is baseball. We don't want to hear horns or anything like that. We want to hear the crowd chreering⁷³

Perfino l'organizzazione di Wimbledon, "tempio sacro" e silenzioso del circuito tennistico internazionale, ha dovuto preventivamente annunciare il divieto d'ingresso alla popolare trombetta.

La globalizzazione degli schermi televisivi nella copertura mediatica delle manifestazioni sportive ha in parte rovinato l'effetto sorpresa e stupore che in passato caratterizzava un Mondiale di calcio. Ogni appassionato infatti, se ha accesso a un canale satellitare (da casa, da una *shebeen*⁷⁴, da un centro commerciale) o a siti internet che criptano gli eventi sportivi permettendo di vederli anche senza abbonarsi alle *pay-tv*, può seguire tutte le settimane campioni e campionati che, prima dell'assoluta globalizzazione del calcio, era possibile veder giocare solo nel mese del Mondiale. La mia ipotesi è che la curiosità e i dibattiti globali sulla vuvuzela siano dovuti all'essere stato l'unico elemento sconosciuto sul palcoscenico degli stadi, dato il "gioco-in-sè" e i suoi protagonisti si possono vedere giocare nella quotidianità degli schermi dei mass-media.

⁷³In *Cape Times*, 22 giugno 2010: 4.

⁷⁴La *Shebeen* è un bar-luogo d'incontro della township, spesso fornito di abbonamenti televisivi per seguire il calcio.

4.4 Chi controlla i controllori?

Durante il mio periodo di ricerca sul campo, soprattutto al termine del Mondiale di calcio, **la questione relativa alla libertà di stampa** fu un argomento molto discusso dai quotidiani, dalle organizzazioni della società civile e dalle audience sensibili all'argomento. Mi pare quindi necessario tracciare una breve sintesi della questione che, per buona parte del 2010 e del 2011, ha sembrato influire in modo profondo sulle future dinamiche del giornalismo, dei media e del diritto all'informazione in Sudafrica.

La Costituzione sudafricana del 1996 è considerata, sulla carta, fra le più progressiste al mondo per quanto riguarda la libertà di stampa e il diritto all'informazione. Per esempio per esercitare nel campo del giornalismo non sussiste la necessità di possedere un tesserino che dimostri l'iscrizione all'Ordine dei Giornalisti (come in Italia); non c'è inoltre l'obbligo legislativo di autorizzazioni statali per iniziare un'attività di pubblicazione a stampa. Ma i diritti relativi a un'informazione il più possibile libera sono negli ultimi anni sotto ridiscussione politica, nel tentativo di approvazione del *Protection of Information Bill*, uno strumento legislativo che permetterebbe al Governo di classificare informazioni, notizie e documenti giornalistici come di “interesse o sicurezza nazionale”. È spontaneo chiedersi se l'agenda politica sudafricana abbia posto in ampia rilevanza l'*Information Bill* appositamente dopo la fine del Mondiale, per non dover decidere su come classificare le notizie relative all'evento mediale e locale Sudafrica 2010, dinamica a cui comunque, in parte, aveva già pensato la FIFA imponendo regole draconiane per gli accrediti stampa.

I media, nel Sudafrica post-apartheid più che altrove, sono considerati un fondamentale organismo di controllo nazionale anti-corruzione. Riporto il commento di un lettore del *Sunday Times* in proposito:

This nation-building spirit needs to be celebrated and filled, and the media could make an immeasurable contribution by increasing the extent and manner in which it reports on such initiatives. The media's watchdog role is crucial but, in my opinion, helping to promote and mould the nation's positive and inclusive character is just as important, if not more so.

Il ruolo di controllo sul Governo può così scontrarsi con il ruolo di costruzione della comunità immaginata. Durante una conversazione sull'argomento mi fu detto che i media spesso esagerano nelle critiche al Governo, anche occultando le verità o esagerando le critiche, e ciò “non fa bene alla Nazione”. Per alcuni informatori i media necessitano quindi di un controllo politico, non essendo possibile un'autoregolamentazione da parte dei giornalisti. La questione va a toccare direttamente l'etica del giornalismo nelle sue relazioni con la comunità immaginata (e nelle relazioni di potere interne al *Journalistic Field*), in un contesto dove la comunità nazionale è costantemente attraversata da dinamismi etnici che trovano nei media un potente riflesso identitario ed elemento costruttore.

4.4.1 Libertà di stampa e FIFA

Come in tutti gli eventi mediali anche per Sudafrica 2010 la FIFA, l'istituzione governante, ha stabilito delle regole per **l'assegnazione degli accrediti ai giornalisti** e in generale relative l'uso delle immagini e del logo ufficiale.

I giornalisti locali hanno accusato la FIFA di porsi, anche nel contesto locale degli “addetti ai lavori” dei media, con una mentalità neo-coloniale: limitando gli accrediti, la possibilità di postare i video delle partite sul sito web dell'organo stampa di riferimento dei giornalisti, e soprattutto imponendo di non dare notizie che possano gettare la **FIFA in una “cattiva reputazione”**. Altre regole per i giornalisti accreditati stabilivano il divieto di pubblicare il nome dell'hotel dove

le squadre partecipanti alloggiavano e più in generale (norma giustificata dalla FIFA come funzionale al mantenimento di una buona gestione della folla) il divieto di vendere giornali nel raggio di ottocento metri dagli stadi. Tali restrizioni riguardarono quindi i giornalisti accreditati, non i free-lance o il normale pubblico, che poteva tranquillamente riprendere le partite con i telefoni cellulari e postare i video attraverso i vari siti di condivisione come Youtube.

Un informatore incontrato allo stadio durante uno degli eventi-test (di cui scriverò più avanti) osserva in riferimento alle norme FIFA:

What prevents actual spectators at the event taking photos and sending them to their blog pages, which are then available through the media platforms? Surely this is the perfect opportunity to drive user-generated content, where said users are not subject to accreditation issues?

La conversazione in oggetto ebbe inizio perché l'informatore in questione, stupito di vedermi girare tranquillamente per lo stadio con la videocamera, mi chiese se gli addetti al controllo non cercassero di bloccarmi mentre eseguivo le mie riprese video. In realtà nessuno mi disse mai nulla in merito mentre a lui, attrezzato di macchina fotografica con obiettivi piuttosto potenti, fu impedito di fotografare. Secondo il mio interlocutore i divieti nel fotografare e fare riprese video dentro lo stadio erano stati stabiliti per “proteggere e tutelare i giornalisti”. Effettivamente, in relazione alle norme FIFA sulla libertà di stampa, vien da chiedersi se un'informazione più libera, in particolare durante un evento mediale come un Mondiale di calcio, possa provenire dalle fonti ufficiali o dalle fonti non ufficiali autonomamente consultabili in rete.

Personalmente, prima della partenza per il campo, tentai di procurarmi un accredito stampa, in quanto sembrava una via percorribile per “l'accesso al campo” degli stadi. Il tentativo si rivelò subito senza esiti in quanto, oltre a non essere iscritta all' ODG (Ordine dei Giornalisti⁷⁵) italiano, le procedure

⁷⁵L'ODG italiano prevede due formule d'iscrizione: giornalista pubblicitista o professionista. Il pubblicitista può fare domanda d'iscrizione dopo aver scritto per un periodico sessanta articoli in due anni. Per la figura del professionista è richiesto il tirocinio continuativo in un organo stampa.

burocratiche prevedevano che una testata giornalistica si facesse portavoce della domanda di accredito. Per un free-lance (che si muove a seconda degli eventi: durante il periodo del Mondiale a Cape Town ne ho conosciuti in gran numero, arrivati poco prima e ripartiti subito dopo, tutti senza accredito) risulta quindi piuttosto complicato trovare una testata che da mesi prima dell'evento garantisca la collaborazione, considerando che le testate principali in genere mandano a seguire gli eventi globali i propri collaboratori con contratto a “tempo indeterminato”. La procedura d'accredito prevedeva inoltre che si richiedesse all'ambasciata sudafricana del proprio Paese una sorta di Visto d'ingresso speciale come giornalista accreditato: avendo già un Visto di sette mesi per motivi di ricerca la mia richiesta risultava a priori burocraticamente impraticabile. Dall'altra parte diversi giornalisti sudafricani incontrati qualche mese prima del Mondiale lamentavano che nonostante seguissero lo sport sudafricano da anni, avevano avuto l'accredito negato per garantire “più spazio” alla stampa internazionale di fronte a un numero di accrediti limitato.

Le questioni relative alla libertà di stampa durante il Mondiale di calcio ci porta a formulare interrogativi più complessi e generali. Se infatti le istituzioni pongono delle regole restrittive per una corretta e libera informazione, e se chi ha maggiori possibilità di accesso alla rete può crearsi autonomamente la propria informazione attraverso contenuti “più autentici e meno controllati”, la figura stessa del giornalista sembra perdere parte del proprio ruolo sociale, mantenendo invece una sorta di aurea professionale veicolata dalla possibilità di avere accesso a luoghi diversi da quelli a cui hanno accesso le folle, reali o che attraverso i media (le audience), seguono un evento.

4.4.2 The Right to Know

We showed the world that we are a free, democratic, tolerant country with a vibrant and independent media that was loyal to the national project of the world cup, but critical of its failing (Ray Hartley, Sunday Times, 11 luglio 2010).

Il commento precedente mette in luce le **contraddizioni fra la libertà e l'indipendenza dei media sudafricani e il recente tentativo di controllo da parte del Governo** con la controversa proposta di legge volta a istituire un tribunale dei media. Tale tribunale servirebbe a controllare e gestire, attraverso un'operazione politico-legislativa, il capitalismo a stampa funzionale alla creazione della comunità immaginata. Infatti scopo prioritario del tribunale sarebbe relativo al vigilare l'eventuale pericolosità delle notizie per “l'interesse e la tutela nazionale”. In Sudafrica, dove la censura dei tempi dell'apartheid costrinse diversi scrittori e giornalisti all'esilio politico, diverse voci-contro si sono alzate alla proposta governativa di una legge volta a istituire un organismo di controllo sui media nazionali. La campagna Right to Know nasce quindi come coordinamento fra i movimenti sociali attivi nella salvaguardia della libertà e indipendenza dei media. Right to Know è stata lanciata in Sudafrica il 31 agosto 2010 in seguito alla rinnovata proposta dell'ANC di istituire la legge sull'*Information Bill*. Proposta che, precedentemente e durante il Mondiale, sembrava passata nel dimenticatoio. La *Vision* della campagna si riferisce allo stretto legame fra libertà d'informazione e democrazia:

We seek a country and a world where we all have the right to know – that is to be free to access and to share information. This right is fundamental to any democracy that is open, accountable, participatory and responsive; able to deliver the social, economic and environmental justice we need. On this foundation a society and an international community can be built in which we all live free from want, in equality and in dignity. (www.r2k.org.za. Ultimo accesso 2 giugno 2011).

Right to Know ha organizzato nelle principali città sudafricane diverse manifestazioni pubbliche di protesta contro l'*Information Bill*.

Figura 4.7: manifestazione a Cape Town a sostegno della Campagna Right to Know (dal sito www.r2k.org.za)



Nel gennaio 2011, periodo in cui seguii una lezione all'Università di Cape Town sulla questione e intervistai Judith February, relatrice della giornata e collaboratrice del movimento Idasa⁷⁶, la campagna contava l'adesione di quattrocento Associazioni della società civile e undicimila individui. Secondo la February l'applicazione legislativa dell' *Information Bill* porterebbe, oltre a importanti limitazioni nel diritto all'informazione, anche notevoli limitazioni alla partecipazione dei cittadini alla vita democratica attraverso i media, nei forum e nei commenti pubblici via radio. Limitando l'informazione infatti il cittadino avrebbe meno possibilità di partecipare alla discussione pubblico-politica, o usando i concetti teorizzati da Habermas (1964): limitando la circolazione dell'informazione nella sfera pubblica anche l'opinione pubblica subirebbe limitazioni democratiche. Anche per quanto riguarda il *digital divide*, come abbiamo visto

⁷⁶Idasa è un'organizzazione indipendente che lavora per “costruire società democratiche in Africa”.

una discriminante determinante delle possibilità di accesso alle diverse tipologie di mass-media, il concetto di sfera pubblica aiuta a capire come se l'*Information Bill* limitasse la circolazione delle informazioni attraverso i media tradizionali, solo i cittadini più agiati avrebbero quindi, attraverso la rete, accesso a un panorama informativo più completo ed eterogeneo.

A livello globale il caso Wikileaks ha messo in luce come dei documenti considerati riservati dai Governi e dalle Diplomazie internazionali possano essere consultabili in rete. Secondo Judith February l'*Information Bill* sarebbe comunque teso a nascondere documenti più locali e meno interessanti per le audience globali attente a Wikileaks. Documenti come le controversie sudafricane sull'edilizia pubblica e il sistema sanitario: ovvero notizie non tanto d'interesse internazionale ma essenziali alla salvaguardia dei diritti di cittadinanza in Sudafrica, notizie quindi più temute dal Governo.

Il 19 settembre 2011 il Governo sudafricano ha sospeso l'*Information Bill*, una parziale vittoria⁷⁷ per la campagna Right to Know, guardiana della libertà d'informazione in Sudafrica. A livello politico resta da chiedersi come alcuni membri dell'ANC, che hanno lottato duramente per i diritti democratici durante l'apartheid e combattuto contro la censura, possano oggi pensare a una legislazione fortemente limitante la libertà di espressione attraverso i media.

⁷⁷Dopo essere stato sospeso l'*Information Bill* è stato rivotato dai parlamentari dell'ANC nel novembre 2011.

CAPITOLO 5

World Cup Legacy: fra media action, elefanti bianchi e memorie collettive

If there are dreams about a beautiful South
Africa, there are also roads that lead to their
goal. Two of these roads could be named
Goodness and Forgiveness

(Nelson Mandela)

“After the World Cup” è una frase che, come scritto in precedenza, ho sentito ripetere molto spesso durante la ricerca sul campo. In questo capitolo analizzo quindi il post Coppa del Mondo, vissuto in due periodi differenti: il mese successivo l'evento, dall'11 luglio alla metà di agosto 2010 e il periodo fra dicembre 2010 e febbraio 2011.

Il post-Mondiale ha veicolato questioni più complesse, come la relazione fra l'autenticità e le rappresentazioni dell'evento sportivo. Infatti, come analizzato in precedenza, buona parte dei media sudafricani hanno rappresentato il Mondiale come se potesse costituire un forte spazio simbolico nel “nuovo Sudafrica”, un momento teso a mostrare come la “Nazione arcobaleno” sia socialmente coesa dopo il “trauma collettivo” dell'apartheid. Ma quanto di queste rappresentazioni corrisponde all'autenticità delle relazioni “inter-razziali” nel *New South Africa*? Qual' è stata la *legacy* del Mondiale di calcio nella particolarità del mio contesto di ricerca?

5.1 Solo un *momentum* rituale

Il Mondiale sudafricano ha rappresentato un rituale contemporaneo da contrapporre, come momento positivo e rappresentativo del *New South Africa*, al “trauma culturale” (Alexander 2006) dell'apartheid.

Goodman (2006, in Alexander *e al.*) nota come il *South African Truth and Reconciliation Commission* (TRC)⁷⁸ possa essere considerato, secondo l'accezione di Turner (1974,1986), una **performance rituale**. Il TRC ha così costituito uno spazio per la creazione di una nuova identità nazionale e per la messa in atto di valori (come la riconciliazione) veicolanti una transizione sociale. Come quindi, pur nella sostanziale differenza fra il TRC e il Mondiale di calcio, questi due momenti della storia recente sudafricana possono essere entrambi considerati una performance legata alle dinamiche identitarie del *New South Africa*? Un'analogia fra le due *performance* può essere ricercata nella costruzione di un'identità nazionale veicolata dagli “sguardi esterni” delle audience globali. Nota Goodman in proposito (Alexander *e al.* 2006: 177):

the TRC kept its multiple audiences in mind. While the TRC's work was mainly targeted at a South African audience and its primary goals were to help “heal the nation”, it too was conscious of its global audience. Frequent references to a recognition that “the world is watching” were made not only by the organizers of the TRC, but also by ordinary people who gave testimony or reflected on the hearings.

La performance rituale (in questo caso il TRC) nella sua dimensione contemporanea è quindi spesso globalizzata nel tramite dei media. Lungi dall'esserne una sua mera riproduzione, più o meno fedele o rappresentativa, la dimensione mediale pare invece influire direttamente sulla dimensione reale della

⁷⁸Commissione istituita dal Governo sudafricano nel 1995 per ristabilire la verità sulle violazioni dei diritti umani durante l'apartheid. Il TRC, a differenza per esempio del Tribunale di Norimberga, non era volto a condannare i colpevoli ma piuttosto a fornire una catarsi terapeutica collettiva attraverso la vergogna pubblica dei colpevoli, nell'oralità delle dinamiche di una corte popolare (Scheper-Hughes, 1998 in Alexander *e al.*, 2006:177).

performance.

Oltre a essere stato definito come un evento totale, nella sua interazione fra i media e le folle nei luoghi reali dell'evento, anche il Mondiale di calcio può essere interpretato come un rituale. Secondo Turner [1986 (1993:81) anche in Alexander *e al*, 2006: 11] la dimensione liminale del rituale porta a un livellamento della distinzione sociale e all'instaurazione di un ordine egualitario momentaneo alla partecipazione rituale stessa:

I generi dominanti di performance, quali che siano l'ordine e la complessità delle società cui appartengono, tendono a essere *fenomeni liminali*. Sono eseguiti in spazi e tempi privilegiati, distinti dai periodi e dalle aree riservati al lavoro, al cibo e al sonno. Possiamo chiamarli «sacri» se vogliamo, purché si riconosca che sono momenti in cui si esprimono, oltre alla solennità e ai precetti, il gioco e la sperimentazione.

Mi è difficile però considerare un Mondiale di calcio semplicemente come un rituale. Stando all'elaborazione teorica di Turner senza dubbio la partita di calcio può essere considerata una forma di ritualità contemporanea (come del resto per Turner è lo sport nelle sue molteplici manifestazioni).

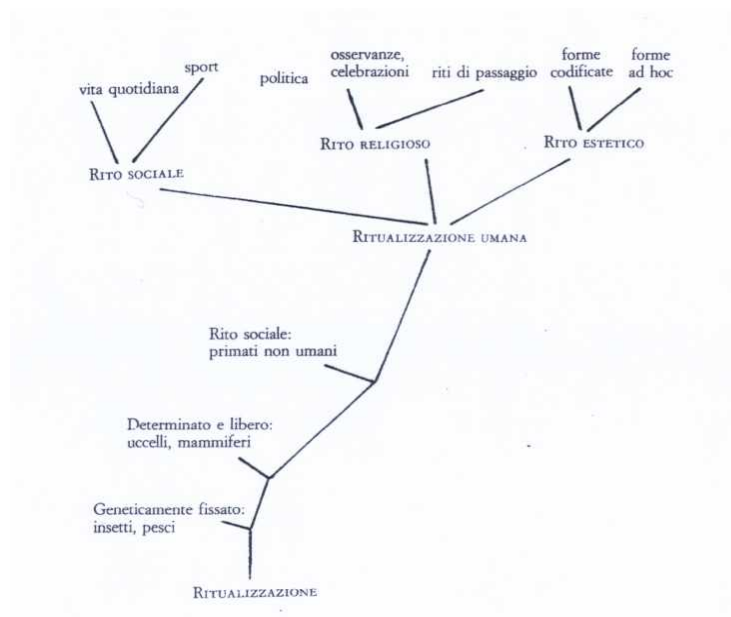


Figura 5.1: schematizzazione di Turner (1993:60) relativa le elaborazioni teoriche sul rituale

Come vediamo dalla schematizzazione in figura 5.1 [Turner, 1986 (1993:60)] lo sport rientra fra le manifestazioni della ritualità sociale. A mio avviso mi pare piuttosto che un Mondiale di calcio (o per estensione qualunque altro evento sportivo “glocalizzato”) si situi in una sorta di “elasticità teorica” fra le dimensioni del rituale (sociale, religioso ed estetico) del cerimoniale, della performance culturale e della rappresentazione mediatica.

Lungi dal trarre conclusioni, o lungi dal perdersi nell'elaborazione teorica relativa alla complessa “categoria” del rituale, penso possa essere interessante pensare a un'etnografia relativa alle **memorie legate al calcio nella sua accezione di “fatto sociale totale”** (Mauss,1924). La memoria della World Cup, le memorie legate agli eventi sportivi costituiscono interessante materiale sociale su cui riflettere per sviluppare un'elaborazione teorica su come le dimensioni di un rituale (con)temporaneo, come un evento sportivo, incidano sulle memorie collettive nel loro divenire storico, o se al contrario siano solo un *momentum* “di gioco”.

Le dimensioni della memoria (collettiva e soggettiva) connesse con una performance rituale conducono alla più complessa questione teorica relativa a

come le rappresentazioni, vissute nella realtà di un luogo e contemporaneamente veicolate e “conservate nella memoria sociale” dai media, possano costituire una componente dei caleidoscopi identitari nel “Nuovo Sudafrica” e altrove.

5.1.1 Calcio, memoria storica e identità: *Fields of Play*

Molti amici e conoscenti ricordano perfettamente dove si trovavano, cosa stavano facendo e con chi erano quando l'Italia vinse il Mondiale di calcio nel 2006. In Sudafrica molti ricordano dove hanno celebrato il “calcio d'inizio” del Mondiale 2010.

Il calcio, nella sua dimensione collettiva, entra quindi a far parte delle memorie individuali nelle loro articolazioni come espressioni del pensiero sociale; forme di “selezioni sociali del ricordo” di cui si alimenta l'identità condivisa (Fabietti, Matera 1999). Rappresentazioni delle “gesta epiche” degli “eroi” del calcio, nei racconti degli appassionati o nelle immagini veicolate dai mass-media, contribuiscono quindi a formare una memoria collettiva e condivisa, ampliata nel tempo anche attraverso i mezzi di comunicazione vecchi e nuovi. In questo senso il calcio veicola memorie che sembrano essere contemporaneamente agganciate ai riferimenti concreti e collettivi messi in evidenza da Halbwachs (1968): oggetti, luoghi, eventi e persone.

In riferimento al calcio quale portatore di memorie collettive molto interessante è la mostra permanente del District Six Museum⁷⁹: “*Fields of Play: football memories and forced removals in Cape Town*”. *Fields of Play* si propone di indagare la dimensione storico-sociale delle memorie collettive legate al calcio

⁷⁹Il District Six (Sixth Municipal District of Cape Town) nel XIX secolo era un quartiere cosmopolita dove gli immigrati da Europa e Caraibi andavano ad aggiungersi agli abitanti “autoctoni” (soprattutto individuabili nella *working class*, nei discendenti di schiavi, nei commercianti). In seguito al Group Area Act nel 1966 il District Six fu denominato una “*White Group Area*”: più di 60.000 abitanti furono “spostati” nei Cape Flats e molti degli edifici del quartiere vennero demoliti. Il District Six Museum fu aperto nel 1994, rappresenta un punto di riferimento storico-culturale “*dedicated to working with memory*”.

nella Cape Town del periodo compreso fra il 1862 e la metà degli anni Sessanta.

Nell'esposizione **il calcio diventa, in una prospettiva storica, il filo conduttore delle relazioni identitario-razziali** in differenti aree della città. Se inoltre consideriamo, come visto in precedenza in questo lavoro, la divisione etnica delle associazioni sportive, ulteriore divisione razziale dell'apartheid, è intuitivo capire quanto le relazioni fra sport, memorie collettive e spazi “etnici” urbani siano in Sudafrica un campo estremamente interessante e complesso da indagare.

Scrive Marc Augé [(1994)1997:15] :

Lo spazio dell'antropologo è necessariamente storico perché è uno spazio investito da gruppi umani, in altri termini uno spazio simbolizzato. La simbolizzazione, che è propria di tutte le società umane, ha lo scopo di rendere leggibile, per tutti coloro che frequentano lo stesso spazio un certo numero di schemi organizzatori, di punti di riferimento ideologici e intellettuali che ordinano il sociale. I tre temi principali sono l'identità, la relazione e , appunto, la storia, temi che in realtà sono strettamente connessi gli uni agli altri .

Alla luce di questa riflessione di Augé sullo spazio simbolizzato la mostra *Fields of Play* assume importanti significati storici e antropologici. Infatti, gli spazi urbani dove nascono le associazioni calcistiche su base etnica, diventano dei luoghi identitari, un'identità simbolizzata e veicolata attraverso il gioco del calcio. Si legge nell'introduzione al catalogo della mostra (District Six Museum, 2010:23):

The sites chosen for *Fields of Play* therefore became important clues to the racial engineering that encompassed city planning processes. The administration of the Green Point Common by the city epitomized this when, in 1908 the 21 pitches that were allocated for football, were allocated according to a racial hierarchy that placed “white” associations and clubs at the top, and “coloured” clubs and associations at the bottom. “Black” or African football associations were not even considered. [...] The history of the sites chosen for the exhibition are thus complex. They follow the deep histories and

experiences that become part of the formation and reconstitution of community, not in narrow racial terms, but in the permeable, private spaces of identity formation.

Così i campi di calcio a Cape Town rappresentano tutt'oggi, oltre che luoghi di memoria, luoghi urbani dove le diseguaglianze dell'apartheid si sono iscritte nel tessuto spaziale della città. **La gerarchia “razziale” del passato è metaforizzata negli spazi destinati al gioco del calcio**, modelli simbolici nella costruzione di una geografia urbana volta in passato a riprodurre e confermare le divisioni razziali. Gli stessi spazi rappresentano oggi dei luoghi d'interazione fra gruppi portatori di identità nazionali e locali, identità metaforizzate nel tramite degli incontri resi possibili dallo sport.

5.1.2 Il passato è un immaginario lontano

In più conversazioni e attraverso l'analisi di lettere e opinioni sui media locali è emerso come il Mondiale di calcio abbia cambiato la prospettiva del mondo verso il Sudafrica, non solo nella negazione dell'afro-pessimismo per la buona organizzazione dell'evento (reale e mediatico) più seguito a livello globale, ma anche attraverso l'allontanamento da un immaginario internazionale che lega il Sudafrica dell'apartheid alla connotazione di Paese razzista e violento.

Vediamo un commento in proposito:

The best result of the World Cup would be the recasting of South Africa from global racism headquarters to an ordinary developing country challenged by the problems of poverty. It's about time we got ourselves into some sort of accurate perspective. Being alternately demonized and lionized for more than 50 years takes its toll on common sense. You begin to believe you're extraordinary, destined like a soap opera to eclipse one episode after another. Victors and villains of epic status in a single nation; history at its most reckless. Far from a regular bloke leading us out of the apartheid wilderness, for example, it was that secular saint, Nelson Mandela, who saved us from ourselves. Now,

although celebrating soccer rather than peaceful co-existence, the World Cup presents another opportunity for South Africans to spin their narrative heroically. **Inevitably, perhaps, the doubts of yesterday persist. Is the past really another country,** demand the global media as we ask ourselves the same question (Heidi Holland, *Cape Times*, 23 giugno 2010: 11).

Sono quindi le narrazioni globali relative al Sudafrica a trasformarsi (apparentemente?) dopo il Mondiale. Narrazioni che oggi si snodano nelle reti internazionali dei media.

Scrivo Krotz (in Couldry *e al.*, 2010:103):

If the investment of the government and the media is successful, is so far as the people support the media event, then the government as the organizing institution gets back symbolic capital (credibility, image, reinforcement of value) while the media gain symbolic and financial capital.

Le dinamiche relative all'**immagine internazionale di un contesto sede di un evento globale**, attraverso le sue rappresentazioni mediatiche, sono legate anche al concetto ideologico di "sviluppo economico". Ma la narrazione più rilevante è stata relativa all'allontanamento dagli immaginari legati alle dimensioni violente della storia politica del Sudafrica. In questo senso alcune analogie possono essere notate fra il Mondiale 2006 in Germania e "Sudafrica 2010". In entrambi i casi l'evento è servito ad "allontanare la propria storia" veicolando un'immagine differente della Nazione. Vediamo alcuni commenti riportati dalla stampa italiana relativamente al Mondiale tedesco del 2006:

Un documento strategico interno del governo federale, messo a punto già sotto l'amministrazione rosso-verde di Gerhard Schröder, sostiene che "gli Stati sono sempre più in concorrenza per i mercati, i turisti, i sistemi di valori e l'influenza politica". Riconosce che spesso "l'immagine che gli stranieri hanno della Germania manca

d'emozione ed esclude gli sviluppi degli ultimi trent'anni". E suggerisce che "gli aspetti emotivi come i caffè all'aperto di Monaco e i marchi di culto come Boss o Adidas debbano essere enfatizzati". In conclusione "la World Cup 2006 è un'opportunità di comunicazione unica".⁸⁰

Come per il Sudafrica il Mondiale rappresenta l'occasione di superare le divisioni del passato. Essere il Paese ospitante dà quindi alla Germania l'opportunità di identificarsi come una nazione unita. In un'intervista Juergen Sparwasser, calciatore-simbolo della Ddr per aver segnato un gol durante i Mondiali del 1974 alla Germania Ovest, dichiara:

Dopo la caduta del muro per ricostruire un'identità sportiva collettiva, tutti chiedevano all'altro: dov'eri quando Sparwasser segnò? [...] La Germania ora si scopre felicemente patriottica grazie al calcio. È un patriottismo buono moderno, senza le lugubri complicità del passato. L'identità tedesca è sofferta, si rischiava di essere definiti di destra se solo si diceva di essere tedeschi. C'erano tempi in cui i giocatori della nostra nazionale davano l'aria di essere costretti a giocare per la Germania. Quasi vergognandosi. Adesso la situazione è cambiata, sono tutti più entusiasti. Prima se agitavi la bandiera ti davano del militarista, adesso ti prendono per tifoso.⁸¹

La società che celebra sé stessa, presupposto di sacralità nella teorizzazione di Durkheim, è un concetto che meglio ci aiuta a comprendere le celebrazioni in atto durante un Mondiale di calcio. Celebrazioni volte ad allontanare l'immaginario collettivo, dello Stato-Nazione interessato e a livello globale, da un passato caratterizzato da una complicata rielaborazione (Germania e Sudafrica sono Nazioni rappresentative di questo processo fra rielaborazione collettiva della propria storia e immaginari globali). Un Mondiale di calcio, o un altro evento "glocale", fornisce quindi l'opportunità di (rap)presentarsi al mondo con un'identità differente dalle identità negative veicolate nel passato storico. Un'identità che attraverso i media s' intrinseca e confonde con le immagini relative

⁸⁰ *Corriere della Sera*- Mondiali, 6 giugno 2006, p.5.

⁸¹ *La Repubblica*, 8 giugno 2006, p.54.

alla rappresentazione della Nazione durante un evento sportivo. Ma quanto queste rappresentazioni sono autentiche? In Sudafrica la ripresa degli attacchi xenofobi dopo il Mondiale pone interrogativi profondi sulla relazione fra l'autenticità del contesto e le rappresentazioni veicolate dai media nel 2010.

5.1.3 Xenofobia post-Mondiale

Nel 2008 in Sudafrica si verificarono violenze xenofobe verso i migranti africani. Gli attacchi xenofobi riguardarono soprattutto la zona delle townships di Johannesburg e di Cape Town. Miriam, immigrata in Sudafrica dallo Zimbabwe e impiegata come *maid* nella casa dove ho vissuto per un lungo periodo, nel 2008 fu invitata dalla sua datrice di lavoro a trasferirsi dalla township di Guguletu alla casa dove prestava servizio, ciò per la paura e l'ansia generate dal poter divenire vittima di xenofobia durante i tragitti pendolari in treno. Durante il Mondiale *rumors* provenienti dalle comunità più svantaggiate davano per probabile un'**esplosione delle violenze xenofobe a “giochi conclusi”**.

Il giorno della finale del Mondiale la stazione degli autobus di Johannesburg, oltre che da un via vai di tifosi in direzione Soccer City per la partita Spagna-Olanda, era affollata da numerosi migranti in attesa di lasciare il Sudafrica per paura delle violenze nell'aria nelle townships.

In figura 5.2 leggiamo un comunicato stampa diffuso in data 4 luglio 2010 a firma di diverse organizzazioni comunitarie operanti nella township di Philippi, a Cape Town:

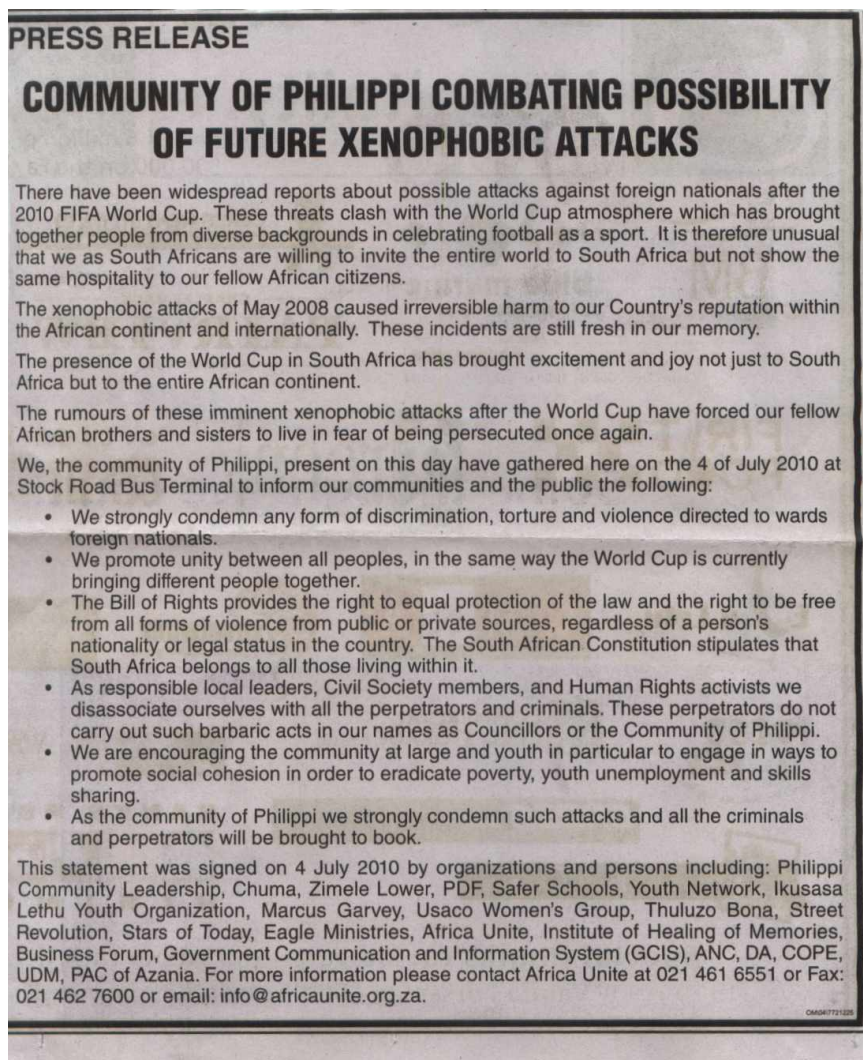


Figura 5.2: comunicato stampa anti-xenofobia

La dimensione della vita quotidiana “*after the World Cup*”, dove il razzismo, quale “sottofondo ideologico” del *New South Africa* non è da riferirsi solo ai rapporti sociali tra bianchi, neri e coloureds sudafricani ma riguarda anche i “fratelli africani” emigrati in cerca di opportunità di vita migliori, sembra tornare prepotentemente a mettere in luce le proprie contraddizioni, nel paragone con l'immagine di un Sudafrica multiculturale e coeso, veicolata dai media durante l'evento calcistico. Interpretare le violenze xenofobe come una questione basata sul razzismo dei neri sudafricani (come fosse in parte un'eredità dell'apartheid, la

“vittima che diventa carnefice”) è fuorviante. Vediamo alcuni commenti:

Locals are (perhaps justifiably) aggrieved that their perceived entitlement to a better life in post democracy South Africa is being threatened by outsiders. The inevitable result is social volatility and violent reprisal, presented as xenophobia. But what we are dealing with is not xenophobia- it is the consequence of poverty and the lack of progressive economic transformation since 1994. For the poor very little is really changed since 1994. The education system has languished. The job market has stagnated or contracted, even for matriculants. Economic activity has recently diminished; wages paid for unskilled laborers remain low. (Glenn Ashton, www.ekogaia.org).

The reality is that our people are struggling to make ends meet, they are jobless and living in poverty and they turn their frustration against anyone whom they see as an impediment, even if they are targeting the wrong person. [...] Denying a link between xenophobic and the high unemployment rate is like denying the link between poverty and crime (Thembinkosi Josopu, lettera al *Cape Times*: 8 luglio 2010).

La xenofobia in Sudafrica è quindi strettamente legata alle diseguaglianze economiche e alla disoccupazione crescente. Ho ascoltato spesso sudafricani neri lamentarsi del fatto che i migranti accettino generalmente salari molto più bassi della media. Da un altro punto di vista ho raccolto vari commenti di sudafricani bianchi tesi a definire i sudafricani neri come pigri ed eccessivamente pretenziosi sul lavoro. Le violenze del 2008 verso gli *Kwerekweres*⁸² possono pertanto essere interpretate in ottica marxista rifacendosi sia al concetto di forza lavoro, e della “libertà” di vendere la stessa da parte del lavoratore, sia alla concezione materialistica della storia per cui:

non si parte da ciò che gli uomini dicono, si immaginano, si rappresentano, né da ciò che si dice, si pensa, si immagina, si rappresenta che siano, per arrivare da qui agli uomini vivi; ma si parte dagli uomini realmente operanti e sulla base del processo reale della loro vita si spiega anche lo sviluppo dei riflessi e degli echi ideologici di questo processo di

⁸²Termine denigratorio usato in Sudafrica per indicare i neri africani di nazionalità non sudafricana.

vita.

Gli attacchi del 2010, così come i lunghi scioperi dei dipendenti statali avvenuti fra l'agosto e il settembre 2010, (ancora, senza casualità di sorta, avvenuti subito dopo la fine del Mondiale di calcio), possono quindi essere letti nell'interrelazione teorica fra la prospettiva marxista e le contraddizioni veicolate dall'evento totale analizzate in precedenza. Il Mondiale di calcio ha infatti messo in luce come il Sudafrica possa costruire stadi *world class* e organizzare in modo egregio uno degli eventi più seguiti del pianeta. Per i sudafricani posti di fronte a quotidiane e strutturali diseguaglianze, passato il *momentum*, storico e insieme a-storico, della dimensione festosa e cerimoniale del Mondiale, è arrivato il tempo della protesta e delle rivendicazioni.

Gli attacchi xenofobi “after the World Cup” appaiono in profonda contraddizione con il concetto di Ubuntu, evidenziato in diverse occasioni durante l'evento sportivo come se fosse una delle principali dinamiche di interrelazione umana strutturante lo “spirito” sudafricano. *Ubuntu* significa solidarietà, cooperazione e fratellanza. Così lo descrive Desmond Tutu (in Mutithi, 2006:28):

Ubuntu is very difficult to render into a Western language, Its speaks to the very essence of being human. When you want to give high praise to someone we say, “Yu, u Nobuntu”; he or she has Ubuntu. This means that they are generous, hospitable, friendly, caring and compassionate. They share what they have. It also mean that my humanity is caught up, is inextricably bound up, in theirs. We belong in a bundle of life. We say : “a person is a person through other people” (in Xhosa *Ubuntu ungamntu ngabanye abantu* and in Zulu *Umntu ngumuntu ngabanye*). I am human because I belong, I participate and I share. A person with Ubuntu is open and available to others, affirming of others, does not feel threatened that other are able and good; for he or she has a proper self-assurance that comes with knowing that he or she belongs in a greater whole and is diminished when others are humiliated or diminished, when other are tortured or oppressed, or treated as if they were less than who they are.

Lo spirito sudafricano dell'*Ubuntu* sembra quindi profondamente in contraddizione con il “processo reale di vita” in Sudafrica. La xenofobia, lungi infatti dall'essere riconducibile a episodi isolati (nel 2008 e nel periodo post-Mondiale di calcio) a opera di alcuni violenti, è piuttosto da considerarsi una componente sistemica nella società sudafricana come mostra Dobson (2010) riferendosi al dibattito intellettuale⁸³ (Pillay,2008; Sharp,2008; Neocosmos, 2006) e a una ricerca etnografica fra i migranti africani a Cape Town. Gli episodi xenofobi che, stando alla maggioranza dei media, sono da considerarsi episodici e opera di pochi criminali (un esempio ne è il comunicato stampa riportato precedentemente) vanno invece inseriti in una più generale interpretazione relativa agli *Kwerekweres* migrati in Sudafrica. Tale interpretazione va inquadrata nella complessità della rete di significati che vede la spiegazione riconducibile alla situazione economica intrecciarsi con le eredità socio-culturali dell'apartheid. Queste dinamiche hanno reso necessaria la costruzione della categoria di “altro”, quale straniero in competizione per i diritti di cittadinanza, da parte di chi si era visto negare quegli stessi diritti in modo legislativamente strutturato e attraverso delle “violenze di Stato”. Va comunque qui soprattutto sottolineato come la xenofobia in Sudafrica sia in profonda contraddizione con le narrazioni mediali del Mondiale di calcio attraverso le quali il pan-africanismo e l'*Ubuntu* hanno rappresentato un sorta di ideologia della “comunicazione ufficiale” rivolta al mondo.

⁸³Come riassume efficacemente Dobson (2010) il dibattito è piuttosto intenso soprattutto fra Suren Pillay dell'HSRC (Human Science Research Council) e John Sharp del Dipartimento di antropologia e archeologia dell'università di Pretoria. Scrive Dobson (*ibid.*: 10): “What the Sharp-Pillay debate represents is effectively the polarization of the debate into two, ideologically based camps: the one based on political economy and a critique of neoliberal capitalism, the other based on a less materialist, more Foucauldian reading of politics, based on constructions of identity and relation of power.”

5.2 Un “futuro sostenibile” per gli stadi

Un'altra delle questioni di rilievo nel dibattito pubblico e mediatico “*after the World Cup*” è stata relativa al futuro degli stadi costruiti per il Mondiale. Il *Cape Times*, il 3 aprile del 2006, titolò: “*Green Point Stadium will become a white elephant*”. La metafora dell' “elefante bianco” è stata spesso usata per indicare le strutture degli stadi del Mondiale in relazione al loro utilizzo futuro. Il rischio è infatti l'effetto “cattedrale nel deserto” comportante un' ulteriore spesa pubblica gravante sulla popolazione per i costi di mantenimento delle strutture oppure una struttura fatiscente dopo pochi anni per il mancato utilizzo e l'assente manutenzione.

Come riportano Swart e Bob (in Pillay *e al.* 2009:117) riferendosi agli obiettivi di “sviluppo” legati alla costruzione del Green Point Stadium stabiliti dalla municipalità di Cape Town lo stadio dovrebbe veicolare benefici tangibili sul lungo termine. Vediamo questi obiettivi in dettaglio così come riportati nel *business plan* della città (*ibid.*:117):

- to enable Cape Town to prominently host and play a major role in the 2010 World Cup;
- improved sports quality, development, professionalism, patronage and integrations;
- to contribute significantly to the city's profile;
- to generate additional economic impact;
- to improve the quality of life of the city's citizens.

Scrive Collette Schulz Herzenberg dell' *Institute for Security Studies*⁸⁴

“As preparations unfolded, it became apparent that the chosen locations for stadia were not necessarily the best-placed to serve the community from financial, environmental or social and sporting perspectives”

⁸⁴ In <http://pitchinvasion.net/blog/2010/06/21/2010-world-cup-stadiums-a-questionable-legacy-in-south-africa/>)

In termini di sostenibilità futura la costruzione delle “moderne cattedrali sportive” volte ad ospitare una manifestazione globale sembra essere più **funzionale all'industria dello sport transnazionale** che alle esigenze della collettività locale. Nel capitolo 7 vedremo le dinamiche che hanno portato alla scelta della *location* a Green Point per quanto riguarda il Cape Town Stadium. In alcune conversazioni con gli addetti al turismo relativamente al futuro degli stadi è emerso come a Cape Town sarebbe stato più facile utilizzare lo stadio rispetto a città come Nelspruit, sul confine con il Mozambico, Polokwane o Bloemfontein. Comunque gli obiettivi definiti dal rapporto della città di Cape Town sugli stadi si legano alle prospettive dell' “economia degli eventi sportivi”, funzionale a ridefinire l'identità della città stessa e all'inserimento a lungo termine nell'economia degli eventi sportivi internazionali. A parte l'intenzione di candidarsi alle Olimpiadi del 2020 in partenariato con la città di Durban vari politici locali e manager della SAFA dichiararono di voler usare lo stadio per qualunque tipo di evento sportivo e non (a Johannesburg è stato per esempio proposto di affittare il Soccer City per i matrimoni privati). Nel dicembre 2010 è emersa anche la proposta di istituire un circuito di Formula 1 proprio intorno al Cape Town Stadium. Nel febbraio 2011 è stato ospitato un concerto della rock band irlandese degli U2 e altri concerti sono in programmazione. Lo stadio è stato teatro di partite del campionato locale con un buon seguito di pubblico. Dal campionato 2011-2012 l'Ajax Cape Town ha fatto del Cape Town Stadium il proprio *Home Ground* con ricadute positive sulla micro-economia della zona. Ma comunque la zona di Green Point (quartiere in maggioranza “bianco” abbastanza benestante con un buon numero di ristoranti e locali notturni nel raggio di 2-3 chilometri) non avrebbe certo avuto bisogno di uno stadio per migliorare la propria situazione economica. Infatti i residenti di Green Point si sono in parte riuniti in comitati di protesta verso il progetto-stadio, motivando la propria contrarietà in riferimento alla distruzione di aree verdi e all'eccessivo traffico che la struttura avrebbe creato.

La creazione di posti di lavoro e lo “sviluppo economico”, riferendosi alla costruzione degli stadi, sono stati spesso invocati dalle istituzioni organizzatrici del Mondiale 2010 come motori di “sviluppo”. Secondo le ricerche indipendenti considerate da Matheson (2002, in Pillay *e al.*, 2009: 117) non vi è nessuna correlazione statistica fra la costruzione di mega-strutture sportive e lo “sviluppo” economico. Il settore che invece il Mondiale in Sudafrica sembra potrà in futuro favorire è rappresentato dal turismo. Stando agli addetti ai lavori l'allontanamento dalla percezione negativa del Paese legata alla microcriminalità e all'apartheid convincerà sempre più i turisti del pianeta a soggiornare in Sudafrica.

La questione della *legacy* relativa alle infrastrutture costruite per ospitare un evento globale non riguarda quindi solo il Sudafrica ma qualunque contesto locale sede di Olimpiadi o Mondiali, soprattutto oggi che l'industria dello sport va aprendo i suoi “mercati” in zone precedentemente rimaste ai margini come è stato per il Sudafrica nel 2010 e come sarà per la Polonia e l'Ucraina relativamente agli Europei del 2012 o per la Russia che ospiterà i Mondiali del 2018. Oltre all'aspetto prettamente economico la globalizzazione del calcio implica il chiedersi **quali simbolismi e percezioni a livello locale siano connesse alle strutture costruite per un evento** limitato a una dimensione spazio-temporale definita. Come approfondiremo nel capitolo 7 gli stadi, nella loro complessità di significati, rappresentano un luogo estremamente interessante in cui fare ricerca, un campo interconnesso fra le dinamiche e le pratiche locali e le rappresentazioni mediatiche internazionali.

5.3 Fra media e società civile: *Lead South Africa*

South Africa changed last month. It was a different place, brighter somehow, a better place to live in. You didn't have to be soccer crazy to sense it. And if it was hard to believe, all you had to do was listen to what the world that saying, see ourselves as they saw us.

Con queste parole, sulle pagine dei suoi quotidiani, il gruppo *Independent News and Media*, proprietario del *Cape Times*, viene introdotta *Lead South Africa* (da qui LeadSA), un'iniziativa volta a scuotere l'opinione pubblica sudafricana, per spingerla a rendersi protagonista in scelte e azioni collettive che possano influire sul futuro del Paese. In poco tempo LeadSA si diffonde in rete attraverso un proprio sito web (www.leadsa.co.za), i social network e un canale radio-tv in *streaming*. Ecco un'altra descrizione di LeadSA raccolta nei giornali sudafricani:

Lead SA is a Primedia Broadcasting initiative, supported by Independent Newspapers, that aims to highlight the achievements of the nation and celebrate the efforts of ordinary South Africans who continually seek to do the right thing for themselves, for their families and for their country.

Lead SA encourages individuals to stand up and accept responsibility for the challenges they face. The Lead SA initiative is a long term project that is set to be rolled out over the next few years. Through the small steps of individuals the nation will improve and prosper. The ability to change your life and your country is in your hands. Rather than feeling helpless, Lead SA encourages you to feel hopeful about your future and play an active part in unlocking the potential of your country. South Africa is filled with passionate people and the nation's achievements are endless, but we need you to use your leadership potential and move the nation forward.

Ciò che mi sembra molto interessante in LeadSA è il fatto di proporre attraverso i media d'informazione tradizionali azioni concrete e dirette che coinvolgano i

cittadini come attori sociali attivi nel futuro del Paese. In relazione al Mondiale di calcio il riferimento alla *legacy* della World Cup è definito dal progetto di LeadSA come un esempio di possibilità positiva e opportunità di “nation building”. L'obiettivo di LeadSA relativamente allo sport è descritto in questo modo:

Sport is always seen as a way of unifying the nation and the 2010 FIFA World Cup was testimony to this. The grassroots development of soccer needs to be promoted and encouraged at every turn. At the same time, we must get behind our national soccer squad and ensure they qualify for 2014 Brazil. We will focus on the many steps that need to be taken to ensure that Bafana Bafana shines. We will mobilize support to get the 2020 Olympics to one of our cities.

Non è quindi casuale che il lancio di LeadSA sia avvenuto subito dopo la fine del Mondiale di calcio.

Lead SA sembra essere un esempio di reinvezione della sfera pubblica come **“forma di vita pubblica che si colloca al di fuori dello Stato”** [Thompson,1995 (1998: 327)].

Allo stesso tempo il sistema dei media di cui fa parte LeadSA è oltre lo Stato essendo l'Independent News promotore dell'iniziativa una corporazione transnazionale i cui prodotti circolano al di là dei confini degli Stati-nazione (*ibid.*: 337).

L'idea di sfera pubblica su cui si basa LeadSA si situa quindi fra l'azione locale dei cittadini, il contesto globale di un evento “ispiratore” quale il Mondiale, e la rete dei gruppi e delle dinamiche dell'informazione globalizzata.

5.3.1 Fra il blog e il diario di campo. Cosa resta dei Mondiali in Sudafrica: tra *media action*, libertà di stampa a rischio e scioperi⁸⁵

4 agosto 2010. Il centro di Cape Town appare fin troppo quieto. Qualcuno dice che somiglia a una città addormentata, a una città svizzera (ci sarebbe qui da aprire un dibattito sugli stereotipi che accompagnano l'immagine dell'Africa in Europa e viceversa...) dopo le folle e le vuvuzelas che hanno riempito il mese del Mondiale. Un periodo che si presume resterà nelle memorie collettive sudafricane, forse, si ipotizza, creando nuove dinamiche nel caleidoscopio identitario della "Nazione Arcobaleno".

Passando davanti alla sede del *Cape Times*, il quotidiano locale, una ragazza mi ferma chiedendomi se so del lancio di "*Lead South Africa*". No, non ne sono a conoscenza, del resto la notizia del giorno riguarda i quindici anni di sentenza d'arresto a Jackie Selebi per affari di corruzione (arresto non esecutivo, quindi all'atto pratico Selebi in galera non ci è mai andato). Selebi è stato il direttore della polizia sudafricana, ex presidente dell'Interpol, oltre che ambasciatore sudafricano all'Onu negli anni novanta. E' stato accusato di corruzione per aver preso tangenti da Glen Agliotti, trafficante di droga dai modi mafiosi.

Ma torniamo a Lead SA. Come apprendo dal lancio dell'iniziativa, che occupa una pagina del *Cape Argus* (versione pomeridiana del *Cape Times*), Lead SA si propone di essere un movimento di "cittadini sudafricani liberamente associati" che, partendo dal successo della Coppa del Mondo 2010, cerca di veicolarne le eredità positive verso concrete azioni future. Si legge nel Manifesto di Lead SA :

"This respect that the world has for extraordinary South Africa is still there. You can see it in the faces of tourists and foreign audiences who stand in awe of our triumph. [...] And looking back at our recent incredible achievement in successfully hosting the world, they understand that if we could accomplish that, we can accomplish anything [...]".

⁸⁵ Pubblicato in www.cartografareilpresente.org in data 30 settembre 2010 all'interno di un dossier su Sudafrica 2010

Certo, l'organizzazione del Mondiale è stata eccellente. Poco importa d'altronde che, per ospitare i parcheggi dei campi d'allenamento, diverse famiglie dalle parti dell'Athlone Stadium siano state spostate dalle loro case senza troppi complimenti; oppure che dalle parti di Sea Point e Green Point - dove la vista del Cape Town Stadium ricorderà a futura memoria l'anno di grazia 2010 - tanti homeless siano stati regolarmente allontanati (a onor di cronaca ciò avveniva piuttosto regolarmente anche prima della World Cup come racconta il film documentario "Sea Point Days" di François Verster).

Lead SA mi pare interessante non tanto per i concetti di fondo che si propone di tradurre in azione (l'Ubuntu, il superamento definitivo dell'apartheid tramite la catarsi collettiva dell'evento sportivo, il nuovo ottimismo pan-africano in stile Obama "Yes We Can", concetti sentiti e risentiti, spesso anche con eccessi retorici, durante la permanenza nel Sudafrica del Mondiale di calcio) ma perché è un movimento che parte dai media tradizionali e arriva a utilizzare i nuovi media per comunicare e proporre azioni comuni.

Il *Cape Argus* che ha lanciato l'iniziativa a Città del Capo fa parte di *Independent News & Media*, sorta di multinazionale dell'informazione con sede a Dublino, con a capo Sir Anthony O'Reilly, ex giocatore di rugby e primo miliardario d'Irlanda, status conquistato anche grazie al ketchup (era capo della Heinz, marca simbolo della salsa rossa). Il gruppo comprende diversi fra i maggiori quotidiani sudafricani in lingua inglese, come il *Mercury* di Durban, il *Pretoria News*, il *The Star* di Johannesburg, oltre che diverse radio. Lead SA usa Facebook, Twitter, Youtube, per comunicare e creare rete fra gli iscritti. Anche il calcio fa la sua parte. Infatti, come nella foto pubblicata sul *Cape Argus*, si scopre un palleggio fra il capitano dell'Ajax Cape Town e due calciatori rispettivamente del Santos e del Vasco da Gama con in bella mostra la maglietta di Lead SA. La pagina Facebook del movimento per ora conta sulle ventiduemila segnalazioni di approvazione (al 30 agosto 2010)⁸⁶ e segnala marce pubbliche, discussioni sugli

⁸⁶Nell'ottobre del 2011 le approvazioni alla pagina Facebook sono raddoppiate, situandosi intorno alle 40.000

argomenti più svariati e il supporto al miglioramento del sistema scolastico sudafricano. Resta sempre il divario digitale, specchio di diseguaglianze più profonde e strutturali, fra chi può essere informato usando il suo computer portatile e, scegliere di partecipare ad azioni collettive promosse dai media, e chi ha a disposizione come unico mezzo di informazione una radiolina a pile, come avviene nella township di Imizamo Yethu, a qualche chilometro da Camps Bay, zona dalle lussuose ville sull'oceano del Capo.

Nel Sudafrica del post-Mondiale si teme anche per la libertà di stampa e per essa si sciopera. Il dibattito sul rischio di un tribunale della stampa è molto acceso, soprattutto da quando il Governo ha proposto di modificare le leggi relative alla libertà d'informazione: la proposta consiste nell'istituzione di un tribunale che abbia il potere di assegnare pene fino all'incarcerazione di giornalisti ed editori che "vadano contro l'interesse nazionale" o che gettino in cattiva luce Zuma e compagnia. Il Presidente ha ricevuto lettere da parte dell'*International Press Institute* e da un comitato americano di cui fa parte il *New York Times* e altri colossi dell'informazione a stelle e strisce, lettere che lo invitano a fermarsi sulla questione e a non mettere a rischio libertà e democrazia, conquiste recenti del Paese, di cui la libertà di stampa è specchio e baluardo. L'ANC difende la causa del Governo dicendo che i mass media sudafricani si sono auto-eletti guardiani della democrazia e che il tribunale vuole essere uno strumento di controllo questi guardiani a beneficio della società. "*Can a guardian be a proper guardian when it does not reflect the society it claims to protect and represent?*" Ha chiesto al Paese Zuma interrogato sull'argomento.

Così anche i giornalisti manifestano per difendere la loro libertà di parlare e scrivere, andando a unirsi alla schiera degli scioperanti post-Mondiale 2010, più di un milione di persone tra medici, personale sanitario, insegnanti, dipendenti pubblici di varia mansione ha scioperato per settimane bloccando il Paese. Gli scioperanti chiedevano aumenti salariali (nell'ordine dell'8.7%) e aiuti per la casa che il Governo dice di non poter affrontare, proponendo invece un 7% di aumento. Nel tentativo di garantire un servizio minimo l'esercito è stato inviato

negli ospedali ed è stato istituito un numero telefonico speciale di aiuto e protezione verso i non scioperanti minacciati dai colleghi.

Questo accadeva nel mese di agosto nel Sudafrica post-Mondiale, un Sudafrica che dopo aver cercato di mostrarsi in ottima forma sotto i riflettori delle TV del mondo, si ritrova a centrocampo nel tentativo di pareggiare con le proprie contraddizioni.

PARTE II : FOLLE, STADI E CONTESTI CULTURALI

Non si può prevedere se, quando, e da quale parte si farà un goal; e anche oltre simili avvenimenti desiderati, ci sono altre cose che provocano scoppi fragorosi. La voce si leva in frequenti e diverse occasioni. Ma al disgregarsi definitivo, al dileguare della massa, la predeterminazione temporale ha tolto qualcosa del suo carattere doloroso. La squadra sconfitta avrà inoltre l'occasione di prendersi la rivincita, e non finirà tutto lì per sempre. Così la massa può veramente espandersi; essa può dapprima accumularsi agli ingressi, poi rimanere statica sui sedili; gridare in vari modi quando si offre il momento giusto; e addirittura sperare quando tutto è trascorso, in analoghe occasioni future.

(Elias Canetti, *Massa e Potere*, 1960)

CAPITOLO 6

Folle Mondiali e interazioni

Football is the ballet of the
masses

(Dmitrij Šostakovič)

La folla - unita ebbrezza – par
trabocchi
nel campo. Intorno al vincitore stanno,
al suo collo si gettano i fratelli.
Pochi momenti come questo belli,
a quanti l'odio consuma e l'amore,
è dato, sotto il cielo, di vedere.
(Umberto Saba, *Goal*, 1945)

Un evento sportivo internazionale, come abbiamo visto, è anche (e soprattutto), un evento mediale. Interessanti interrogativi si aprono attraverso la considerazione teorica di come le “**folle mediali**” possano influenzare il comportamento e le dinamiche delle “**folle reali**”. Scrive Dei in proposito (2009:7):

Ciò che è interessante è capire la natura di quell'inestricabile groviglio d' immagini, discorsi ed emozioni che è il moderno spettacolo mass-mediale del calcio; capire il ruolo che svolge nell'immaginario sociale, i significati che riveste nella vita della gente; capire, ancora, la costituzione antropologica di quella “massa audiovisuale” (Andreu 1990) che è oggi il principale interlocutore dello show-business sportivo.

Per “folla mediale” intendo qui sia l'**audience di un evento mediale, sia le folle riprese e mostrate in diretta televisiva**. Il seguire un evento durante una diretta televisiva, o in streaming via internet, veicola inoltre forme di conoscenza indiretta dei luoghi reali: come ciò possa inferire sul comportamento dell'individuo all'interno della folla è un appassionante interrogativo, finora poco esplorato.

Anche i mezzi di comunicazione come i telefoni cellulari influiscono sulle dinamiche delle folle. Nel caso-studio di Cape Town durante il Mondiale 2010, l'interazione fra la folla per le strade, le sue rappresentazioni e la comunicazione attraverso differenti media ha permesso di osservare delle dinamiche uniche fra le città sudafricane ospitanti il Mondiale. Le dimensioni “pedonali” del centro città e la distanza fra lo stadio e gli altri luoghi di Cape Town protagonisti dell'evento hanno permesso di esplorare un contesto in cui gli strumenti di comunicazione personale, l'informazione veicolata dai media locali e le dinamiche reali della folla hanno interagito fra loro, in una sorta di **circolo ermeneutico fra le rappresentazioni e il simbolismo dei luoghi, la comunicazione umana nella folla, le sue dinamiche reali e le informazioni giornalistiche** quali forma di conoscenza a-priori dei luoghi. Infatti, come notano Edensor e Millington (in Frank e Steets, 2010: 150):

Cities as a whole are ceaselessly (re)constituted out of their connections, the “twists and fluxes of interrelation” (Amin and Thrift, 2002:30) through which “multiple networked mobilities of capital, persons, objects, signs and information” (Urry, 2006:ix) are brought together to produce a particular, but even.-changing, complex mix of heterogeneous social interactions, materialities and mobilities, imaginaries and social effect.

Le folle che hanno interagito nella città di Cape Town durante il Mondiale hanno rappresentato un caso studio unico nelle connessioni fra i capitali finanziari (destinati alla costruzione dei luoghi fulcro del Mondiale: gli stadi e i Fan Parks), le persone (nelle loro interazioni “etniche”), gli oggetti (le vuvuzelas, le bandiere

nazionali, le magliette gialle del *Football Friday*), i segni e le informazioni (la segnaletica sui percorsi delle folle e le informazioni-rappresentazioni veicolate dai media sulle stesse). A queste dimensioni aggiungo le dinamiche emotive caratterizzanti il seguire una partita di calcio.

Questo capitolo racchiude le conoscenze dal campo, acquisite con i metodi classici dell'antropologia (osservazione partecipante, registrazioni video, interviste e conversazioni con gli addetti all'organizzazione nei luoghi dell'evento) relative agli aspetti sopra riassunti. Tali dati sono funzionali a un'operazione di **Crowd Profiling sui luoghi del Mondiale 2010 a Cape Town**. Per Crowd Profiling intendo qui un'acquisizione di conoscenze volta a essere anche di ausilio, consulenza e supporto nella gestione di folle eterogenee durante eventi a larga partecipazione.

Tale progetto è anche un esempio di collaborazione **interdisciplinare** fra due mondi all'apparenza distanti: **informatica e antropologia**.

6.1 Etnografia e informatica: scenari

La ricerca etnografica sulle folle, sugli spazi, sulle interazioni e sull'organizzazione generale di Sudafrica 2010 può essere finalizzata allo studio e all'implementazione di modelli informatici a supporto conoscitivo e gestionale di eventi a larga partecipazione (manifestazioni sportive, concerti, raduni sociali eterogenei nella natura delle folle al loro seguito).

Questa ricerca interdisciplinare ha visto la collaborazione fra i centri CREAM (Centro Ricerche etno-antropologiche) e CSAI (Complex Systems and Artificial Intelligence) dell'Università di Milano-Bicocca. Tale collaborazione è stata relativa allo **studio e alla simulazione del comportamento dinamico della folla** (Crowds Dynamics Modeling & Simulation) in ambienti d'aggregazione-

interazione sociale.

Parte della mia ricerca sul campo in Sudafrica si è proposta quindi di fornire una maggiore comprensione dei fenomeni e dei meccanismi simbolico-identitari, oltre che dei contesti culturalmente definiti, caratterizzanti le situazioni di affollamento di un “evento totale”.

Il caso studio del primo Mondiale di calcio nel continente africano è stato un'opportunità unica per approfondire scenari di ricerca sulle interazioni umane della folla, ancora in larga parte inesplorati. Parte della ricerca sul campo è stata quindi focalizzata all'acquisizione di conoscenze dell'organizzazione dei flussi di folla, in un contesto complesso come è stato quello dei luoghi del Mondiale 2010. Ma vediamo prima come l'etnografia può rappresentare un' insostituibile modalità di ricerca per lo sviluppo di sistemi informatici.

Ciborra scrive (2008:42 anche in Fele: 54, *Etnografia e Ricerca Qualitativa* 1/2009):

occorre abbandonare le vecchie metodologie di sapere scientifico, positivistico e quantitativo, per poter essere maggiormente in grado di discernere le nuove dimensioni e i nuovi mondi che la tecnologia si accinge a svelarci. Questo non è il tempo dei calcoli, ma di una sorta di profonda contemplazione della vita quotidiana che circonda la progettazione e l'uso della tecnologia.

L'osservazione di contesti, interazioni sociali, funzionamento “umano” di organizzazioni e luoghi di lavoro, unita alla progettazione di sistemi tecnologici trova applicazione in quello che è definito come un nuovo campo di studio: il ***Computer Supported Cooperative Work*** (acronimo CSCW) i cui convegni biennali (il primo risale al 1984) e la cui rivista (*CSCW – The Journal of collaborative computing*) sono momenti di fondazione teorica della relazione fra scienze umane e informatica (in Fele, 2009:57).

Le prime **ricerche sull'interazione uomo-macchina** sono dell'antropologa Lucy Suchman (1987) e hanno influenzato gli sviluppi successivi della collaborazione fra informatica ed etnografia. Le ricerche della Suchman partono da una

registrazione video di due utenti davanti a una macchina fotocopiatrice dotata di un sistema-guida automatico volto a guidare le azioni di utilizzo della macchina. Con la videoregistrazione delle pratiche d'uso degli utenti la Suchman ha dimostrato che progettisti e utenti “parlano due lingue diverse”. In sintesi quindi, il ruolo dell'etnografia a supporto della progettazione di sistemi informatici è di studiare, interpretare e fornire indicazioni del contesto reale e delle azioni dell'essere umano in determinati contesti spazio-culturali. In un mondo sempre più interconnesso, anche le indicazioni su come l'utente si pone di fronte all'interfaccia di un sistema informatico, o nelle interazioni d'uso con uno strumento tecnologico, sono campi di ricerca che ci porteranno a nuove opportunità nelle interdisciplinarietà di contesti (reali, mediali e disciplinari) che all'apparenza possono sembrare distanti e caratterizzati dalla reciproca incomunicabilità.

6.2 Eventi mediali affollati

L'evento mediale veicola forme di conoscenza (in)dirette e può modificare la percezione di un luogo del singolo individuo nella sua dimensione collettiva rappresentata dalla folla. Dalle prime teorizzazioni di Meyrowitz (1985) ai recenti studi di Couldry *e al.* (2010) possiamo facilmente pensare a come l'interazione fra media (e le informazioni-conoscenze-rappresentazioni apprese dalle audience attraverso la loro fruizione), spazi pubblici, e relazioni dell'essere umano con un determinato “spazio culturale”, è una dinamica mutevole nel tempo storico (basti pensare alle rivolte reali del 2010 in Maghreb, e del 2011 in Siria e Inghilterra, organizzate anche tramite le connessioni umane stabilite attraverso i social network). Nonostante le dinamiche nelle interazioni fra “folle virtuali” e “folle reali” siano nella contemporaneità altamente complesse, dati anche gli scenari aperti dal web 3.0, i primi studi dell'antropologia dei media (Eiselein, Topper, 1976; Powdermaker, 1950, 1964) sono da considerarsi un

valido strumento teorico anche nel nostro presente.

6.2.1 Dai telespettatori alla folla reale

Nel riferirsi al concetto di “**informazione sociale**” Meyrowitz [1985 (1995: 60)] indica tutto ciò che gli individui sono in grado di conoscere sul comportamento proprio e altrui in un determinato scenario d'interazione.

Il testo di Meyrowitz, pur essendo “datato” rispetto ai repentini cambiamenti delle possibilità di comunicazione umana avvenuti negli ultimi dieci anni, apre scenari teorici interessanti anche in riferimento allo studio delle folle e alle dinamiche di comunicazione e informazione all'interno della folla stessa, o all'esterno di essa, attraverso gli schermi dei media che la rappresentano.

Nel nostro presente **incontri dal vivo e incontri mediati sono sempre più in connessione**: basti pensare a social network come Facebook o Twitter, o alla possibilità “visiva” di chiamate intercontinentali tramite Skype.

In riferimento al campo del giornalismo un'informazione “non mediata” dai giornalisti può essere trovata in siti come *crowdvoice.com* o *globalvoicesonline.org*, siti contenenti commenti, notizie, voci e video talvolta più completi di un organo stampa “ufficiale” o tradizionale. Fra l'altro questi siti web sono spesso seguiti come aggiornamenti dai giornalisti stessi e in linea di massima considerati una buona “fonte”.

Un ruolo centrale dei social network, soprattutto di Twitter, è stato di essere il principale strumento di comunicazione durante le recenti proteste di massa in Maghreb e in Medio Oriente. In Egitto per esempio, fra le prime misure per tentare di arginare le rivolte popolari, è stato bloccato l'accesso alla rete. Tale misura è stata proposta anche da alcuni esponenti politici durante gli scontri urbani dell'estate 2011 avvenuti in Gran Bretagna.

Altro interessante sistema d' interazione fra informatica e “vita professionale reale” è il *crowdsourcing*, sistema di collaborazione online a un progetto

specifico, attraverso una rete collaborativa fra professionisti, free-lance e appassionati della materia.

In linea di massima comunque le interazioni fra spettatori televisivi di un evento mediale e la folla reale dentro gli stadi o negli spazi pubblici è questione complessa e finora poco esplorata dalle scienze umane.

Notano Dayan e Katz in proposito:

La narrazione televisiva e il plauso della folla hanno una funzione talmente simile che potrebbero sostituirsi reciprocamente. Nella copertura delle Nozze Reali, fatta da entrambi i canali inglesi, si lasciò che la voce del presentatore fosse letteralmente coperta dalla folla che acclamava, come se la narrazione non fosse che una forma più articolata di tripudio della gente. L'assenza di una folla che risponde e, in alcuni casi estremi, la non disponibilità di una narrazione, possono lasciare nel dubbio gli spettatori su come devono reagire e su cosa sta accadendo. (Dayan, Katz, 1992:92).

Nell'esperienza del telespettatore anche vedere in diretta televisiva una partita di calcio dentro uno stadio in cui si gioca “a porte chiuse” equivale a cancellare una parte fondamentale della narrazione, sonora e visiva, una parte narrativa che maggiormente avvicina il telespettatore alla realtà del luogo reale dove si svolge l'evento mediale.

Togliere la narrazione della folla dallo spettacolo sportivo televisivo può quindi significare una mancata **identificazione con il luogo dell'evento**, una dinamica che lo spettatore può provare sentendosi in empatia con la folla rappresentata sugli schermi. “L'uomo della folla” infatti assiste generalmente a una partita di calcio nel mezzo del pubblico sulle tribune, difficilmente fra i giornalisti, i dirigenti, o dalla panchina di una delle due squadre in campo. Invece, l'uomo che si trova nella folla reale, cercherà la propria visibilità nel tramite della folla mediatica, salutando se inquadrato, mettendosi dietro le telecamere o esponendo striscioni dalle tribune. Ho assistito più volte a telefonate dallo stadio in cui si comunicava a amici e parenti di guardare la partita in televisione, in quanto, essendo nelle prime file, c'era la possibilità di essere ripresi dalle telecamere e

visti sul teleschermo.

Del resto, come nota Marc Augé (2000: 21) in occasione dei Mondiali di calcio giocati in Francia nel 1998, riferendosi al mega schermo posizionato a Parigi in place de l'Hôtel-de-Ville:

La folla fa parte dello spettacolo, è spettacolo a sua volta, come allo stadio. Possiede anzi qualche vantaggio rispetto al pubblico allo stadio: può ballare per le strade o piangere nei bar, è già pronta.

E nella folla, la consapevolezza di far parte dell'evento, non più solo storico ma altresì mediatico, o meglio, di far parte del tempo storico proprio in quanto esso si svolge nel tramite, *hic et nunc*, delle rappresentazioni delle TV internazionali, è presente.

In questo senso anche gli strumenti di foto-videoregistrazione (oggi inseriti nella maggioranza dei telefoni cellulari) possono essere considerati uno strumento di conservazione di memorie individuali durante un “evento totale” vissuto nella contemporaneità di una folla per le strade e nella virtualità di uno schermo.

Un altro aspetto interessante relativo alle interazioni fra la folla che potremmo definire virtuale (composta, se pur in una frammentazione individuale, da chi segue lo stesso evento attraverso i media nella propria casa o in un qualsiasi luogo pubblico) e la folla reale per le strade è quello della **comunicazione degli slogan mediatici** da parte della folla stessa, come ho notato in più occasioni durante il Mondiale sudafricano.

Un caso rappresentativo in tal senso è relativo allo **slogan Ayoba**, cantato collettivamente da diversi “cristalli di folla” radunatesi durante il periodo del Mondiale. *Ayoba*, termine che in lingua xhosa richiama il divertimento, l'eccitazione, l'approvazione di una situazione, è stato scandito in differenti situazioni dalle folle di Cape Town radunate per le strade e nel Fan Park. *Ayoba* era inoltre lo slogan della compagnia telefonica sudafricana MTN, sponsor di Sudafrica 2010 (figura 6.1).



Figura 6.1: logo dello slogan pubblicitario Ayoba (dal quotidiano *Cape Times*)

Ayoba pare sia nato come incitamento nelle township di Johannesburg alle performance di danza per strada e nelle *shabeen*. Scrive il *Weekend Argus*⁸⁷ in proposito:

MTN's "Ayoba!" campaign is building momentum and the cellphone network and its ad agency, Metropolitan Republic have one major goal: that when the World Cup matches take place, stadiums will resound to the roar of "Ayoba!" rather than "Ole, Ole, Ole" or even the famous *Shosoloz*⁸⁸. Metropolitan Republic's executive creative director Peter Khoury, says: "In a way this is the story of Ayoba. Its coming of age, from the streets of Mzansi to the world stage. It is an MTN story. But it is also a South African story, an African story" (Brendan Sherry, 22 maggio 2010:7).

Lo slogan *Ayoba* rappresenta un interessante esempio di come lo "slang e la cultura di strada" entrino nel linguaggio mediatico-pubblicitario per divenire successivamente un ritornello intonato fra le folle di tifosi; un esempio di come gli slogan pubblicitari ripetuti dai media influiscano nella comunicazione reale e nelle interazioni fra gruppi e individui che compongono una folla.

⁸⁷Il *Weekend Argus* è la versione del fine settimana del quotidiano *Cape Times*.

⁸⁸*Shosoloz*, termine della lingua zulu traducibile con "andare avanti, correre" è il titolo di una canzone molto popolare in Sudafrica. E' spesso cantata dal pubblico che segue le manifestazioni sportive.

L'informazione pubblicitaria inoltre, spesso carica d' ideologie simboliche e rappresentazioni culturaliste, può essere considerata l'archetipo di come l'informazione entra nel ciclo della produzione e nel sistema socio-economico. La pubblicità veicola rappresentazioni e slogan che, sotto l'ideologia del consumo, creano rapporti fra uomini mediati dalle merci (o, nel caso dello slogan *Ayoba*, dinamiche d' interazione all'interno di una folla).

Il vestirsi di una determinata marca, o bere una certa bibita, può infatti, agli occhi degli altri, far apparire l'essere sociale in una posizione identitaria definita dal consumo. Il consumatore diviene quindi possessore di determinate caratteristiche stereotipate attraverso il simbolismo di un oggetto pubblicizzato con l'intenzione di farsi portatore di quelle caratteristiche specifiche, un processo creato e veicolato dall'informazione pubblicitaria e dal suo propagarsi attraverso la quotidiana fruizione mediatica.

6.2.2 Folle “etniche”: il rugby a Soweto

Soweto, acronimo di *South Western Township*, zona di Johannesburg dove sorge il Soccer City Stadium, è una delle aree urbane più popolate del Sudafrica. Nel maggio 2010, poco prima dell'inizio del Mondiale al Soccer City, stadio dove si è svolta la cerimonia inaugurale e la finale Spagna-Olanda, è stata giocata una partita di rugby. Soweto, il giorno della partita, si è così popolata da una folla di bianchi i quali, senza lo **sport come “strumento di dialogo interetnico”**, non avrebbero probabilmente mai messo piede nella township, zona della città considerata “nera” e a tratti pericolosa. La folla di Soweto durante l'incontro di rugby in esame riveste quindi delle caratteristiche strutturalmente etniche, le quali, nonostante la **decostruzione della categoria “etnia”** da parte dell'antropologo francese Jean-Loup Amselle [1992 (1996)], si rivelano tutt'oggi come potenti costruttori di gran parte del discorso pubblico sudafricano sulla costruzione dell'identità individuale. Anche lo sport, nella sua pratica e nei fenomeni del tifo, è un modo di costruzione e catalizzazione collettiva delle

categorie etniche, in Sudafrica più che altrove. Così all'Athlone Stadium, dove le squadre locali Ajax Cape Town e Santos, giocano le partite della *Premier Soccer League*, il maggior campionato sudafricano, la presenza di sudafricani bianchi è piuttosto rara. Rappresentano un'eccezione gli sparuti gruppi di tifosi di discendenza olandese dell'Ajax Cape Town, squadra “satellite” dell'Ajax Amsterdam.

Durante la Coppa del Mondo le folle di pubblico che hanno riempito stadi e Fan Parks sono state di carattere “multietnico” e narrate (spesso in modo esaltatorio e retorico) dai media come **simbolo di un Sudafrica unito e “Arcobaleno”**. Ma le folle che frequentano gli stadi, al di là della straordinarietà dell'evento della Coppa del Mondo, non sono altrettanto “multietniche”. Se fosse il contrario, se i neri riempissero normalmente in massa gli stadi dove si gioca a rugby, o le folle di bianchi di passaggio da Soweto per arrivare al Soccer City non facessero così “notizia”, la multietnicità sudafricana sarebbe da considerarsi una questione “normale”, non un evento straordinario come è stato celebrato dai media relativamente alla folla nei luoghi protagonisti del Mondiale 2010.

Altri casi studio relativi l'etnicità della folla (reale e mediatica) sudafricana come una folla “etnica” che si contraddistingue attraverso le preferenze sportive riguardano il **cricket**⁸⁹, sport a cui sono legati dei complessi significati che rimandano alla storia imperialista inglese. Nel Sudafrica post-apartheid il cricket è

⁸⁹Appadurai [1996 (2001:120-148)] dedica al cricket delle pagine molto interessanti. Secondo le sue riflessioni il cricket rappresenta e metaforizza “la complessità e l'ambiguità” dell'India con il suo passato coloniale. Scrive Appadurai (*ibid.*: 121) “Il Sudafrica trova nel cricket un altro modo conflittuale di riconciliare le sue genealogie boera e inglese. Ma è nelle colonie abitate dalla gente di colore che la storia del cricket è più complessa e sottile: nei Caraibi, in Pakistan, in India, nello Sri Lanka. Non pretendo che quel che il cricket implica per la colonizzazione dal punto di vista indiano sia vero per tutte le altre ex-colonie, ma è certamente parte di una storia più vasta, che racconta la costituzione di un tessuto culturale post-coloniale e globale per gli sport di squadra.” Il discorso sul cricket in Sudafrica meriterebbe una ricerca più approfondita legandosi, oltre che alle genealogie boera e inglese, anche all'identità indiana de-localizzata in Sudafrica, come nota Appadurai. In proposito Desai e Vahed (2010: 176-221) tracciano una sintesi storica sulle dinamiche del cricket in Sudafrica, notando l'attuale potere dell'India nel panorama del cricket mondiale e la diffusione televisiva globale di questo sport. Ciò apre degli scenari interessanti sui nuovi significati legati al cricket in connessione con l'identità “indiano-sudafricana” post-apartheid.

spesso considerato come lo sport dei sudafricani di origine indiana. Il periodo delle feste di Natale e fine anno è il periodo delle partite internazionali di cricket. A Cape Town queste competizioni si giocano in genere al Newlands Stadium, impianto che ospita, a seconda di calendari ed esigenze, tutti e tre gli sport più popolari in città (nell'ordine soccer, rugby, cricket) . Il cricket si distingue per la lunghezza temporale delle partite: gli spettatori passano allo stadio giornate intere organizzandosi con scorte di cibo e bevande. Più che seguire la partita quindi si banchetta, bevendo e chiacchierando, più che il gioco in sé è la socialità a esso connessa ad attirare gli spettatori. Un informatore mi raccontò di come, al Newlands Stadium all'epoca dell'apartheid, fosse possibile bere birra solo stando vicini ai punti ristoro poiché come forma di protesta politica parte del pubblico usava lanciare i bicchieri vuoti sul campo di gioco. Nel quartiere di Bo-Kaap⁹⁰ , parlando dell'esperienza della partita di cricket al Newlands, mi fu raccontato che:

It was the first time in my 60 years that I'd gone to Newlands to watch the cricket. By God, it was the last. The way the people drink and spill their beer all over is disgusting. As a Muslim, this is unacceptable (Fay, conversazione personale: 20 gennaio 2011).

Le pratiche dentro uno stadio, come il bere birra o il lanciare i bicchieri come forma di protesta, assumono così caratteristiche culturali e connotazioni “etniche” che riguardano anche gli spazi di uno stadio e le zone di attraversamento delle folle al seguito di un evento sportivo. Come dimostra il caso del rugby giocato a Soweto le principali caratteristiche e costruzioni legate all'identità sudafricana, e al suo esternarsi nel tramite delle preferenze sportive, sono tuttora “etnico-razziali”. Infatti, proprio per la straordinarietà di una folla di bianchi arrivati a Soweto per seguire la partita di uno sport ancora in parte legato ai significati e alle memorie dell'apartheid, ampio rilievo è stato dato dai media all'evento. Ciò dimostra come le folle al seguito di un evento sportivo siano in Sudafrica

⁹⁰Bo-Kaap o Cape Malay Quarter è il quartiere noto come attrazione turistica per la tonalità cromatica delle sue case. Sorto come luogo dove trovarono rifugio gli schiavi deportati dall'Asia meridionale durante la tratta olandese del XVII e XVIII secolo. A Bo-Kaap sorge la prima moschea costruita in Sudafrica risalente al 1794, gli abitanti tutt'oggi sono in maggioranza musulmani.

eticizzate in modo molto netto. Vediamo qualche commento dei lettori dei giornali e lo stralcio di una conversazione personale sulla partita di rugby in esame:

I read your editorial of May 24 (“Black and Blue”) with great enjoyment. It expressed what most of us feel but often do not put into words. I am a great supporter of rugby, cricket, soccer and I was amazed to see the Bulls in Soweto, playing in front of such a great crowd made up of all South Africans. Well done to the people of Soweto and to the Blue Bulls, both of whom contributed so much to nation-building (Sue Wenter, Somerset West, *Cape Times*, 27 maggio 2010).

It was poignant and encouraging to note the tremendous goodwill and togetherness that characterized the Blue Bulls Super 14 rugby fixture in Soweto- the instructions given by Soweto residents to ardent Bulls supporters on how to blow the vuvuzela was a sight to behold! This begs the question: why did it take a soccer World Cup related venue log jam to bring franchise rugby to Soweto, and, in doing so, to start a process of bringing the divide between “black” and “white” sports events? One would think that with our collective wish to nurture transformation, such initiatives would have been implemented years ago. We need to start becoming more proactive in ensuring that racial polarization in our country is not perpetuated. (Shane Brody, e-mail to *Sunday Times*, 30 maggio 2010).

When Sundown, Pirates or Chiefs play at Loftus (stadio della città di Pretoria), very few whites welcome them. But when rugby goes to Soweto, poor Africans are expected to welcome them as if we owe them. This is unfair. What about Africans who fill Loftus every week? (Ntikane, conversazione personale: 28 maggio 2010).

Anche all'Athlone Stadium, durante le partite dell'Ajax Cape Town, il pubblico è formato in maggioranza da coloureds, pochi i bianchi. Non così è invece se l'Ajax gioca al Cape Town Stadium, contesto in cui le mie osservazioni durante le partite del campionato locale evidenziano un pubblico maggiormente eterogeneo. Tale dinamica è da spiegarsi anche evidenziando la percezione di maggior sicurezza della zona di Green Point rispetto al sobborgo di Athlone. Infatti, oltre allo sport

etnicizzato, anche a luoghi e zone della città sono spesso assegnate “caratteristiche etniche”. Ciò è un'eredità storica del **Group Areas Act**, norma legislativa del Governo dell'apartheid che nel 1950 stabilì una divisione abitativa delle aree urbane sulla base di categorie “razziali” costruite a tavolino. In base al *Group Areas Act* per spostarsi da una “zona nera” a una “zona bianca” (possibile fra l'altro solo per motivi collegati al lavoro) i neri dovevano essere muniti di un'autorizzazione rilasciata dal Governo sotto forma di *pass* di accesso all'area.

Gli eventi sportivi del 2010, con le folle a Soweto a seguire il rugby e le folle “multirazziali” negli stadi e nei Fan Parks, hanno appunto “fatto notizia”. Le eredità dell'apartheid sono quindi tuttora da considerarsi un elemento di costruzione identitaria agente attraverso le memorie storiche, personali e collettive nazionali: memorie difficili che nel Sudafrica del 2010 strutturano tanto le narrazioni mediatiche quanto le pratiche, le rappresentazioni e le identità delle folle al seguito degli eventi sportivi.

6.3 Schermi ed interazioni: il Fan Park

Dal Mondiale in Germania del 2006 il Fan Park o FIFA Fan Fest rappresenta una **nuova tipologia di spazio pubblico** dove seguire le partite di un Mondiale di calcio.

Gran parte delle osservazioni sulle dinamiche della folla, oltre che all'interno e intorno agli stadi, le ho svolte nel Fan Park di Parade Square in centro a Cape Town, luogo “ufficiale” del Mondiale per gli sprovvisti di biglietto d'ingresso allo stadio. Altri Fan Fests dove seguire l'evento del 2010 sono stati organizzati in diverse capitali internazionali. Il Fan Park è, in base alla legislazione di riferimento dell' istituzione extraterritoriale governante i Mondiali di calcio (*ça va sans dire*, la FIFA) un' area “esentasse”. Un Mondiale è infatti anche un notevole

affare commerciale che attraverso le sue norme legislative sovranazionali struttura gli spazi urbani pubblici di fruizione dell'evento. Altre aree “ufficiali e esentasse” così come riportate dal sito internet del Governo sudafricano dedicato al Mondiale 2010 (<http://www.sa2010.gov.za/>, ultimo accesso 31 luglio 2011) sono:

- The ten World Cup stadiums
- Any FIFA-designated exclusion zone
- Any official tournament parking area
- Press and television centres set up for the tournament (including the International Broadcast Centre)
- Certain training sites during official FIFA-sanctioned training days at those sites
- Official host city public viewing venues (also known as fan parks)
- Certain areas for VIPs
- Any other area or facility utilized for official 2010 events as agreed in good faith between FIFA and SARS

E' facile capire come la progettazione dei Fan Parks, luoghi collettivi dove si radunano le folle per seguire da uno schermo i vari momenti dell'evento, non vada ricercata solo nella volontà organizzativa di fornire uno spazio dove la collettività sprovvista di biglietto d'ingresso allo stadio possa ritrovarsi (a tale scopo bastavano i vecchi mega schermi nelle principali piazze pubbliche) ma risponda soprattutto a determinati interessi di marketing dell'**industria dello sport**.

Dalla Coppa del Mondo del 2006 i FIFA Fan Fest vengono organizzati non solo nel Paese ospitante ma in diverse capitali internazionali, fra cui Roma, Sidney, Parigi e Rio de Janeiro. Così, i Fan Parks, luoghi “glocali” o non-luoghi, simili gli uni agli altri, diventano un' alternativa allo stadio. Un'alternativa molto spesso preferibile allo stadio da parte delle folle.

A parte la gratuità dell'ingresso al Fan Park i motivi del successo di questi luoghi

di fruizione collettiva dell'evento vanno ricercati anche nel rapporto della folla con le **immagini veicolate dal mega schermo**, quindi con la possibilità di vedere meglio l'azione, le espressioni dei calciatori, e avere allo stesso tempo, come allo stadio, le emozioni veicolate dalla folla durante la performance sportiva.

Figura 6.2: folla di fronte al mega schermo al Fan Park di Cape Town (foto dell'autrice)





Figura 6.3: Piantina del Fan Park di Cape Town

Scrive Marc Augé (2000:22-23) in proposito:

Qui il gioco delle proporzioni si complica: il simulacro di stadio è uno stadio in scala ridotta, un micro-stadio: gli schermi in compenso ingrandiscono i giocatori (restituendo agli spettatori, come al cinema il loro sguardo infantile, lo sguardo di un'epoca in cui tutti gli adulti erano dei giganti). [...] Se la questione della scala è cruciale, il fatto è che, VIP o no, lo spettatore vuole vedere. Ora, allo stadio, se si ha maggiormente il senso delle proporzioni, non si distingue sempre molto bene il particolare dell'azione: restai sorpreso il giorno in cui, grazie alla generosità di un amico ben piazzato (è il caso di dirlo), assistetti da una tribuna del Parc des Prince agli ottavi di finale Brasile-Cile, nel constatare che a ogni episodio un pò caldo i miei vicini distoglievano gli occhi dal campo e si giravano verso i fortunati mortali delle sale situate proprio sopra le loro teste, non per bere con lo sguardo le coppe di champagne che erano loro servite ma per tentare di scorgere sugli schermi televisivi di cui disponevano il replay e le riprese al rallentatore suscettibili di spiegare una decisione arbitrale o di indagare i dettagli di qualche prodezza tecnica.

Nell'era della **riproducibilità tecnica del calcio** (Dei: 1998) un luogo come il Fan Park unisce le emozioni del seguire l'evento collettivamente alla dimensione televisiva che da un lato, come nota Dal Lago (1990), frammenta l'unitarietà spaziale dell'azione fluida di gioco in micro-azioni individuali; dall'altro lato però permette di cogliere meglio la tecnica e i momenti più significativi del gioco, oltre alle espressioni facciali dei giocatori, in un'epoca in cui il campione di calcio è, anche e soprattutto, un personaggio mediatico. Ma questo è solo uno dei motivi che spiegano il successo del Fan Park che, del resto, ha semplicemente copiato rendendola “commerciale” l'idea dei mega schermi nelle piazze pubbliche. Una delle differenze è però individuabile nel fatto che nella piazza tradizionale l'accesso era libero, per entrare nel Fan Park di Cape Town risultava necessario sottoporsi a procedure di controllo personale come in stadi e aeroporti. Secondo Schulke (in Frank e Steets, 2010:65) le folle che hanno riempito i Fan Parks⁹¹ sono state attratte soprattutto da:

- La posizione centrale e la conseguente accessibilità e facilità di trasporto pubblico.
- L'entrata gratuita e flessibile, anche se parecchie volte il Fan Park di Cape Town era troppo affollato. Al raggiungimento delle 25000 persone l'ingresso veniva chiuso, quindi in occasione di partite di rilievo chi era intenzionato a seguirle al Fan Park doveva entrarci molto tempo prima e non uscirne, pena l'impossibilità di rientrarci.
- La possibilità di muoversi molto e cambiare posizione nell'intera area del Fan Park in una sorta di “**anarchia mobile**” della folla.

L'esperienza del Fan Park ci porta a considerare come le dinamiche della folla

⁹¹Schulke si riferisce ai Fan Fest del Mondiale 2006 in Germania. Il successo del Fan Fest a Cape Town è comunque da ricercare negli stessi motivi organizzativi individuati da Schulke. Tranne alcuni punti, quali il successo della squadra di casa (la Germania nel Mondiale 2006 arrivò in semifinale eliminata proprio dall'Italia, il Sudafrica fu eliminato al primo turno, primo caso nella storia del Mondiale di un Paese ospitante che non passa il girone di qualificazione), il successo dei Fan Parks in diverse parti del mondo ne accentua le caratteristiche di “luogo globale”.

dentro un luogo pubblico cambino in relazione alla struttura spaziale del luogo stesso e soprattutto come gli schermi che proiettano l'evento ne influenzino le dinamiche attraverso modi, tempi e pratiche strettamente in relazione con il contesto culturale di riferimento. Ho notato in più occasioni, per esempio durante la festa d'inaugurazione del Mondiale, il 10 giugno del 2010⁹², come la folla per le strade, o meglio, i gruppi che la compongono, cercassero uno schermo dove seguire l'evento, o forse **vedere l'immagine mediatica della folla stessa**, nella celebrazione individuale e collettiva di un evento storico vissuto nella contemporaneità delle immagini diffuse dagli schermi.



Figura 6.4: ricerca di uno schermo durante la partita inaugurale del Mondiale (foto dell'autrice).

⁹²Celebrazione che è stata definita da diversi media come “il più grande party di tutti i tempi in Africa”.

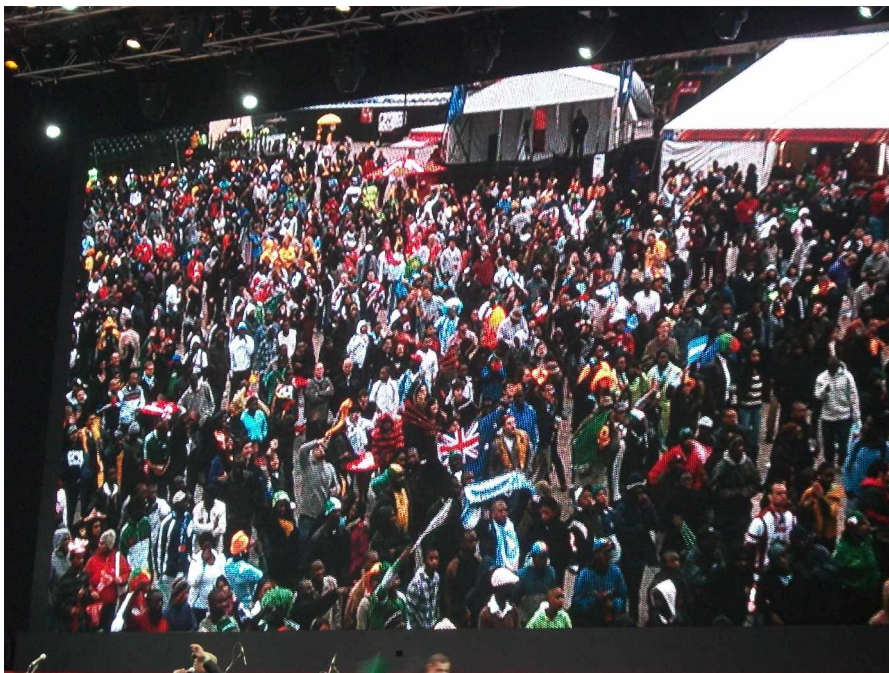


Figura 6.5: Proiezione dell'immagine della folla stessa sul mega schermo al Fan Park di Cape Town (foto dell'autrice)

Secondo Schulke (*ibid.*:70) :

The 2010 World Cup will be the first which the (mainly television) spectators learn more about events from the Public Fan Fest than by watching them live in the stadium. The media will continuously report on the festival atmosphere in the public place, groups of supporters will create their own choreographies, players and managers will appear on the stages of the Fan Fest after matches. **There will be two World Cups – one in the stadium and one in the Fan Fests-** and it remains unclear which one will excite the greatest enthusiasm among the spectators.

Se la prima e la seconda condizione descritte da Schulke si sono verificate, a Cape Town non è mai capitato di vedere calciatori ed allenatori apparire sul palco del Fan Park dopo la partita. Al contrario dopo le partite serali l'area veniva chiusa fino al giorno successivo. Comunque, rispetto allo stadio, un programma di concerti arricchiva l'intrattenimento dei tifosi che affollavano questi luoghi

glocali. Nella sua teorizzazione del Fan Fest Schulke ipotizza inoltre che nel 2020 gli stadi saranno sostituiti da **aree di visione pubblica multifunzionali** sul modello Fan Park. Non condivido questa visione. Piuttosto credo che gli stadi, qualora non si svolgesse un “evento reale” al loro interno, potrebbero diventare dei luoghi di visione collettiva di rappresentazioni, sportive e non, attraverso uno schermo, in un' interazione sempre più stretta con i campi, di ricerca e di calcio, dove il reale interagisce con il virtuale delle riproduzioni d' immagini e dell'interazione collettiva della folla attraverso i media.

6.4 Cape Town: folle organizzate

La questione dei luoghi dove seguire l'evento sportivo rimanda direttamente all'organizzazione-gestione delle folle. La situazione di Cape Town in questo senso è stata caratterizzata da una complessità unica nel panorama delle città ospitanti i Mondiali. Il contesto urbano del *City Bowl* è stato infatti teatro di un' “interazione in movimento” della folla fra i diversi luoghi fulcro dell'evento (soprattutto stadio e Fan Park ma anche l'area con mega schermo di Waterfront⁹³, equidistante un chilometro da stadio e Fan Park).

⁹³ Waterfront è un ex area portuale riconvertita in area commerciale. Stando ad alcune statistiche è l'area turistica più visitata in tutta l'Africa.



Figura 6.6: Area con mega schermo di Waterfront (foto dell'autrice)

La particolarità della Cape Town affollata del Mondiale è da ricondurre alla possibilità di recarsi a piedi fra i diversi contesti protagonisti dei ritrovi della folla. Ciò ha senza dubbio favorito l'osservazione partecipante dando la possibilità di cogliere meglio le interazioni e di svolgere comparazioni fra i “luoghi reali” (lo stadio) e i luoghi dotati di mega schermi dove seguire l'evento collettivamente, come il Fan Park, Waterfront, e in generale tutti i luoghi pubblici dove era possibile per la folla posizionarsi in fronte a uno schermo.

6.4.1 Camminare verso lo stadio

Data la posizione abbastanza centrale del Cape Town Stadium il LOC (*Local Organization Commitment*) ha cercato, a partire da diversi mesi precedenti il Mondiale, di pubblicizzare attraverso i media l'uso pubblico della **Fan Walk**, ovvero un percorso pedonale di collegamento dal centro città allo stadio. Il percorso della Fan Walk, di circa due chilometri, ha riscosso grande entusiasmo a Cape Town, unica città sudafricana dove era possibile arrivare allo stadio a piedi,

vista la tendenza, anche europea, di costruire le “moderne cattedrali del calcio” distanti dal centro città.

Figure 6.7 e 6.8: segnaletica pedonale indicante stadio e Fan Park



L'uso della Fan Walk, oltre che funzionale alla gestione della folla ha cambiato, contemporaneamente all'evento, lo “spazio sociale” della città, e le pratiche d'uso dei mezzi pubblici per raggiungere il City Bowl e lo stadio. A detta del *City Council*⁹⁴ di Cape Town la Fan Walk avrebbe dovuto sviluppare una “cultura pedonale”, in un contesto urbano dove gran parte degli abitanti si muove su auto propria o coi mezzi pubblici anche per brevi distanze. L'alternativa fra l'uso dell'auto o del mezzo pubblico nella vita quotidiana dei *Capetonians* è basata sulla condizione economica la quale, in larga parte, si struttura sulle diseguaglianze costruite dalle passate politiche dell'apartheid. Così, i bianchi sudafricani difficilmente usano i taxi collettivi, il modo di muoversi più comune fra i neri residenti nella township. Il motivo delle differenze nelle pratiche di uso dei mezzi pubblici si può definire in generale come di natura socio-economica, questione che rimanda direttamente alle categorizzazioni razziali dell'apartheid. In linea generale a Cape Town i neri utilizzano i mezzi pubblici per l'impossibilità di possedere un'automobile, tanti bianchi al contrario non li utilizzano per ragioni di sicurezza personale, preferendo l'uso dell'automobile. Va da sé che la sicurezza sui mezzi di trasporto è una questione a cuore soprattutto ai sudafricani neri, in quanto principali fruitori del trasporto

⁹⁴ Amministrativamente il City Council corrisponde alla municipalità comunale italiana.

pubblico. Tante volte mi è stato detto di fare attenzione all'uso dei taxi collettivi: può capitare che delle gangs di strada agiscano sui mezzi, derubando e scaricando dove capita il malcapitato di turno (spesso ciò avviene se un passeggero si trova da solo sul mezzo: da qui la regola consigliatami da tanti di non rimanere mai fra gli ultimi passeggeri, piuttosto scendere anche se non è la propria destinazione di arrivo e attendere un altro taxi). Anche la sicurezza sui treni è questione dibattuta: il treno è infatti considerato da tanti sudafricani un mezzo poco sicuro per le rapine sui vagoni. Treni, autobus e taxi collettivi sono invece stati, durante il mese del Mondiale, usati con frequenza da visitatori e sudafricani durante i tragitti dalle zone esterne al City Bowl. Ciò, come è emerso in diverse conversazioni sull'argomento, ha rappresentato una pratica straordinaria, lontana dalla quotidianità delle pratiche di trasporto usuali. Un'amica mi raccontò che per lei e suo figlio fu un fatto davvero speciale muoversi dalla periferia in centro città in treno e che, precedentemente al Mondiale di calcio, non avrebbe mai pensato di rientrare a casa in piena notte usando i mezzi pubblici. Io stessa, durante l'evento, mi accorsi di come la regola relativa alla sicurezza personale consigliatami spesso: “mai usare il taxi collettivo dopo le otto di sera” non avesse molto senso in una situazione in cui la riappropriazione dello spazio e dei mezzi di trasporto pubblici era un motore collettivo di partecipazione all' “evento totale”. In sintesi, durante la festa del Mondiale, lo spazio pubblico di Cape Town, nelle sue rappresentazioni e nelle sue pratiche, è diventato un luogo meno potenzialmente pericoloso rispetto alla quotidianità. Il Mondiale ha rappresentato una dimensione temporale e spaziale differente anche nelle pratiche relative “l'uso dello spazio”. Quest'aspetto rimanda alle teorizzazioni di de Certeau [1990 (2001: 150-151)] sulle motricità pedonali paragonate all'atto locutorio:

Le successioni di passi sono una forma di organizzazione dello spazio, costituiscono la trama dei luoghi. [...]. L'atto di camminare sta al sistema urbano come l'enunciazione (lo *speech act*, ovvero l'atto locutorio) sta alla lingua o agli enunciati proferiti. Sul piano più elementare, questo ha in effetti una triplice funzione «enunciativa»: è un processo di *appropriazione* del sistema topografico da parte del pedone (così come il locutore si

appropriata della lingua assumendola) ; è una *realizzazione* spaziale del luogo (così come l'atto locutorio è una realizzazione sonora della lingua); e infine implica dei rapporti fra posizioni differenziate, ovvero «contratti» pragmatici sotto forma di movimenti (allo stesso modo in cui l'enunciazione verbale è «allocuzione», ovvero «pone l'altro» di fronte al locutore e dà vita a contratti fra co-locutori).

Così la Fan Walk ha rappresentato una sorta di “dialogo della folla” con lo spazio urbano e fra i componenti (intesi sia come individui sia come gruppi) della folla stessa. Questa dimensione “dialogica” dei movimenti della folla a Cape Town non va disgiunta dai significati storici legati al *Group Area Act*. La Fan Walk e le folle del Mondiale hanno rappresentato una riappropriazione collettiva degli spazi connotati in modo etnico, nella *momentanea realizzazione spaziale* di luoghi in cui il “discorso sulla razza” non è stato costruttore di separazioni etniche connotanti lo spazio urbano. La riappropriazione degli spazi dove camminare è anche da ricollegarsi alle problematiche legate alla microcriminalità, le quali portano generalmente a considerare l'atto del camminare, di notte e in determinate zone, come “poco sicuro”.

La straordinarietà della Fan Walk, oltre a radunare “folle pedonali”, fatto non da poco nel facilitare l'organizzazione del trasporto pubblico, è da ricercarsi anche nelle sue caratteristiche di esperienza unica fra le città ospitanti il torneo. La condivisione affollata della camminata verso lo stadio o verso il Fan Park ha accresciuto l'entusiasmo emotivo dell'esperienza del Mondiale a Cape Town, oltre che il senso di coesione sociale della folla durante l'evento. La Fan Walk è stata raccontata in *The Vuvuzela Revolution* (Calland, Naidoo e Whaley, 2010:126-128), un diario di tre amici relativo al periodo della Coppa del Mondo, così:

The enigma of the Fan Walk was not created, it just *sommer* happened, as such things tend to do in the Mother City. Suddenly all Capetonians, whether they had a ticket for the game or whether they were football fans or not, wanted to be part of the Fan Walk, to soak in the ambience and vibe of a big game. Cape Town is good at at street spectatorship- it does the Argus cycle Tour, the Two Oceans Marathon, the Minstrels and

Tweede Nuwe Jaar⁹⁵ – any reason for a party. But here the partygoers were not all the usual suspects – they included Capetonians from all quarters, including rugby fans. People were on a wild *gees* chase! [...] For the majority of fans going to the games, the presence of “outsiders” (non-ticket holders) on the Fan Walk was a cause for some irritation and anxiety. The denser crowds made headway to the stadium slow and laborious, especially when fans were confronted with scores of people walking away from the stadium towards them. 65.000 people walking in one direction is fine but 5000 people walking against the flow is not so fine.

Il problema della folla in movimento attraverso la Fan Walk in direzione contraria allo stadio, verso cui il flusso di folla era maggiore, è stato annotato anche nelle mie note di campo. Sarebbe probabilmente bastato prevedere un corridoio per le persone in senso opposto, cioè dallo stadio al centro città-Fan Park, ma effettivamente l'affollamento e la curiosità che la Fan Walk suscitò fu inaspettata e sorprendente anche da parte dell'organizzazione. Dopo la fine del Mondiale si cercò di ripetere l'esperienza della Fan Walk durante la *Premier Soccer League* e durante una partita dei Bafana Bafana contro la Nazionale statunitense giocata nel novembre 2010. Se per la prima esperienza “solo” una folla di ottomila persone riempì il Cape Town Stadium, per la seconda esperienza furono venduti cinquantamila biglietti, numeri di pubblico comunque di molto superiori a quelli degli stadi sudafricani “pre-Mondiale”.

⁹⁵Il Minstrels Carneval (o *Coon Carneval*) e la rispettiva sfilata del Tweede Nuwe Jaar è un esempio di espressione culturale etnica. Il *Coon Carneval* è infatti considerato un festival coloured. In merito ho parlato con alcuni informatori coloured che reputavano il *Coon Carneval* come poco interessante nonostante facesse parte della “propria cultura”. In linea di massima comunque il *Coon Carneval* è molto sentito nei Cape Flats e nel quartiere di Bo-Kaap. Un informatore mi disse che la tradizione dei *Coons* è tramandata in via generazionale e che per esibirsi durante le sfilate di gennaio (sfilate che fra l'altro avvengono come esibizioni e gara dentro lo stadio di Athlone o in passato di Green Point) la preparazione dei costumi e la pratica degli strumenti musicali e della danza dura tutto l'anno (ho partecipato al carnevale a gennaio 2011 e tanti *Coons* erano in età intorno ai 5-6 anni). L'origine del *Coon Carneval* a Cape Town è fatta risalire a fine Ottocento in seguito allo sbarco di alcuni menestrelli provenienti dalle Americhe al Capo, menestrelli che hanno ispirato il carnevale dei coloured.

6.4.2 Biglietti per lo stadio e *digital divide*

Le modalità e i dati numerici relativi alla vendita dei biglietti per una manifestazione sportiva a larga partecipazione sono direttamente connessi alla gestione della folla dentro uno stadio. Sapendo quanti biglietti sono stato venduti è infatti possibile, attraverso dei modelli informatici, ipotizzare la densità e i movimenti della folla nel luogo di un evento.

Attraverso determinate modalità nella vendita dei biglietti, come avviene in Italia in occasione di “partite a rischio”⁹⁶ può essere vietata la partecipazione all’ “evento reale” a individui residenti nella regione di provenienza della squadra ospite, o può essere inibita la vendita di tagliandi per interi settori di uno stadio. Nel contesto italiano è così possibile ipotizzare, basandosi sui dati di vendita dei tagliandi d'ingresso allo stadio, le interazioni fra le tifoserie. In Sudafrica invece la questione della rivalità fra tifoserie è meno collegata alle procedure di sicurezza e gestione delle folle, essendo la “cultura” del tifo meno propensa al conflitto e allo scontro verbale o fisico.

Problematiche di *digital divide* si sono verificate in merito al sistema di vendita dei biglietti per il Mondiale. Vediamole in dettaglio.

In Sudafrica il sistema informatico di vendita dei biglietti per il Mondiale ha creato un ampio dibattito e diverse sono state le problematiche riscontrate dagli utenti e legate al funzionamento del sistema stesso. Attraverso il sistema di vendita la FIFA era in grado di sapere il numero di biglietti venduti per ogni Nazionale partecipante e per nazionalità degli acquirenti. Infatti, per compilare l’application form di registrazione al sistema di vendita, occorreva segnare i propri dati personali (numero di passaporto, residenza, numero di telefono etc). Questa identificazione tramite l’inserimento dei dati personali sul sito della FIFA si rivelava necessaria anche per gli “acquirenti non diretti”, per esempio acquistando quattro biglietti di cui tre per gli amici era necessario indicare numeri

⁹⁶Il grado di rischio di una partita è valutato dall'Osservatorio Nazionale della Manifestazioni Sportive, che sulla base dei precedenti storici e della rivalità fra le tifoserie stabilisce se attuare o meno determinate misure di sicurezza come vietare la partita ai residenti nella Regione di provenienza della squadra ospite.

di passaporto e dati anagrafici di tutti.

Parlando con un conoscente che avrebbe lavorato come volontario durante il Mondiale, mi disse che il suo compito sarebbe stato quello di controllare all'ingresso i biglietti e i relativi passaporti. Tale pratica si rivelò, nel contesto dell'ingresso allo stadio, assolutamente complicata. Dalle osservazioni svolte agli ingressi del Cape Town Stadium notai infatti come larga parte della folla tendeva ad arrivare allo stadio non molto tempo prima dell'inizio della partita; rendendo così impossibile, data l'affluenza della maggior parte degli spettatori poco prima dell'inizio della partita, un controllo sistematico delle corrispondenze fra il biglietto e il documento d'identità del possessore.

L'assegnazione dei biglietti, dopo l'obbligatoria registrazione attraverso il formulario sul sito della FIFA, fu divisa in quattro fasi principali.

Figura 6.9: interfaccia dell'application form per l'acquisto dei biglietti

Figura 6.10: fac simile di un biglietto

The screenshot shows the FIFA.com website interface for the 2010 FIFA World Cup South Africa ticketing. The page features a navigation bar with links like 'FIFA World Cup™', 'Tournaments', 'World', 'News Centre', 'Classic Football', and 'The Club'. The main content area is titled '2010 FIFA WORLD CUP SOUTH AFRICA™ TICKETING' and includes a sidebar with links such as 'Ticketing Home', 'Apply for tickets / View your application', 'Sales Phases', 'Prices and Matches', 'Stadiums', 'Application Process', 'FAQs', 'Authorised Ticket Sales Channel', 'Sales Regulations', 'Terms and Conditions', 'Stadium Code of Conduct', 'Contact', and 'Hospitality'. The main form area has a 'Please login to your FIFA.com Account' message and a 'Begin Registration' button.



Il sistema di vendita era basato sull'assegnazione “random”, le vendite si selezionavano fra i richiedenti tramite un sistema a lotteria, non sulla base del

principio di precedenza nelle fasi di registrazione e acquisto.

Una quinta fase di vendita *last-minute* è stata dal 15 aprile al 11 luglio 2010, giorno della finale del torneo. In questa fase la vendita dei biglietti avveniva in modo diretto, senza passare per il sistema della FIFA ma attraverso le filiali della banca FNB.

A un mese dall'inizio del Mondiale **solo il 2% sul totale dei biglietti disponibili è stato venduto in Africa** (al di fuori dei biglietti venduti ai residenti in Sudafrica). Una delle cause di questa bassa percentuale è prettamente economica e va ricercata negli alti costi degli spostamenti aerei all'interno del continente. Pochi africani si sono quindi potuti economicamente permettere di seguire dal vivo la prima Coppa del Mondo africana. Inoltre il *digital divide* ha compromesso la possibilità di acquistare il biglietto per tanti neri sudafricani, e in generale per tanti sudafricani poco “tecnologizzati”. Dato il meccanismo di vendita online piuttosto complesso, con la compilazione del formulario dal sito web della FIFA, e la necessità di possedere una carta di credito come metodo di pagamento all'atto della prenotazione, difficilmente un residente in una township, o un residente nelle aree rurali con difficoltà di accesso a internet e sprovvisto di “moneta elettronica”, è stato in condizione di acquistare il biglietto d'ingresso in una delle “cattedrali di calcio” del Mondiale.

L'accesso alla rete, come abbiamo visto nella parte precedente di questo lavoro, riguarda in Sudafrica una percentuale intorno al 7% delle abitazioni private, anche il possedere una carta di credito è appannaggio solo dei ceti più abbienti. Oltre ai due fondamentali requisiti visti in precedenza, inserirsi nel sistema di vendita elettronico della FIFA richiedeva una buona dimestichezza nell'uso di internet, come mostra la figura 6.11 riassuntiva delle fasi di acquisto del biglietto.



Figura 6.11: schematizzazione delle fasi del processo di vendita dei biglietti (dal sito www.fifa.com)

Per quanto riguarda la tipologia dei biglietti, sono state studiate quattro fasce di prezzi, corrispondenti a quattro diverse tipologie di posti allo stadio:

- Categoria 1: posti centrali lungo la linea laterale del campo
- Categoria 2: posti negli angoli dello stadio
- Categoria 3: negli angoli, più distanti rispetto alla categoria 2
- Categoria 4: dietro le porte, la cosiddetta “curva”

In base alla categoria specifica sui biglietti è indicato il cancello d'ingresso in modo da evitare il più possibile la formazione di code intorno agli stessi punti d'accesso e far entrare allo stadio già in prossimità del settore ove è situato il proprio posto a sedere.

Un punto significativo è relativo al fatto che i biglietti di categoria quattro, i più economici, sono stati riservati ai residenti in Sudafrica. Ciò è servito in parte a evitare le critiche verso il Mondiale e la FIFA: riservando dei biglietti a prezzi modici ai sudafricani le istituzioni governanti l'evento si sono in un certo senso tutelate dalle critiche relative la possibilità di partecipazione negli stadi da parte delle fasce di popolazione meno abbienti.

I prezzi dei biglietti di categoria 1, i più costosi, variavano dai seimila rand (circa seicento euro) per la finale a Johannesburg ai mille rand per le partite di

qualificazione fino ad arrivare alla categoria 4, quella appunto riservata ai residenti in Sudafrica, con prezzi dei biglietti dai mille rand circa per la finale ai centoquaranta rand per i gironi di qualificazione. In linea di massima comunque centoquaranta rand è una cifra abbastanza accessibile in riferimento alla media delle condizioni economiche sudafricane. Il problema era più che altro capire come poter comprare il biglietto, essere nella condizione di poter acquistare online (carta di credito, accesso e buon internet *skill*) e sperare di essere selezionati nelle fasi di acquisto *random*. L'organizzazione della vendita prevedeva inoltre una quinta fase, direttamente presso alcune filiali della banca FNB.

Ecco un'esperienza relativa a tutto il complicato procedimento di vendita (conversazione personale 18 aprile 2010):

I applied via “the internet”. At that time everyone was saying that few South Africans were applying for tickets, so I didn't apply for lots of tickets but chose one game I wanted to see. You can imagine my disappointment when I was told in February I was unsuccessful. Therefore, I had no choice but to queue when the fifth stage opened, only to be told that Cape Town was sold out- more disappointment. To make matters worse, many people who succeeded are selling their tickets at inflated prices, so they just wanted to make money at the expense of someone like myself who is a fan and really wanted to see a game. I have lost out on this opportunity which I will probably never get again. However, I always try to look on the brightly side and I did take something positive away with me after standing in the queue... people of all races, religions and ages around me gave me hope...

Per quanto riguarda il “bagarinaggio” dei biglietti le politiche FIFA non permettevano la rivendita di biglietti fra privati. A parte la questione del biglietto nominativo (nella realtà non c'è mai stato, per ragioni di tempistiche agli ingressi, un accurato controllo fra il nome sul biglietto e l'anagrafica del possessore) stando alle regole dell'organizzazione un acquirente è autorizzato a cedere il proprio biglietto previo contatto con l'organizzazione e cambio del nome, come succede in

Italia. Nella pratica invece il bagarinaggio davanti agli stadi non era nemmeno tanto nascosto: così, prima delle partite, “varia umanità” si aggirava tranquillamente esibendo cartelli di ricerca o vendita biglietti. Assistetti al plateale sequestro di una ventina di tagliandi da parte della polizia verso un bagarino, ma sembrava più un'operazione sullo stile “punirne uno per educarne cento”. In seguito intervistai un bagarino: mi disse di operare tranquillamente nei locali pubblici di fronte allo stadio, sicuro che nessuno l'avrebbe disturbato. Date le complicate regole sulla vendita dei biglietti si sentiva quasi un benefattore comprando e vendendo biglietti “illegalmente”; tramite il passaparola via cellulare e internet si era creato una discreta rete di contatti e negoziazioni andate a buon fine. Secondo il suo punto di vista tanti appassionati gli si rivolgevano disperati per non riuscire ad entrare allo stadio e lui, con il suo **“mercato informale e illegale” di biglietti**, non faceva altro che aiutarli e renderli felici di fronte a un ufficiale sistema di vendita troppo macchinoso.

Il sistema di vendita online della FIFA ha creato anche altre problematiche. Dalla lettera di seguito, pubblicata su un settimanale locale, emerge chiaramente la questione più generale relativa alla “delocalizzazione” e “virtualizzazione” dei servizi di assistenza telefonici o online:

A year ago my son booked and paid well over R12.000 for four category 1 tickets to the opening match of the World Cup in Johannesburg. He finally received his tickets a couple of days ago, only to find that they are in the far uppermost corner of the Category 4 tickets allocations.

He immediately telephoned the Call Centre, to be told by the lady who answered that she had no access to the stadium seating plan as the Call Centre is in India! The only help she could give him was a generic e-mail address. It was not possible to speak to a single human being in South Africa to have this “error”. (Aletta de Villiers, Somerset West, *Cape Times*, 27 maggio 2010).

In conclusione il sistema di vendita dei biglietti per Sudafrica 2010 avrebbe

dovuto essere più adeguato al contesto, prevedendo oltre all'acquisto online dal sito della FIFA, da rivedere nelle sue procedure organizzative e nella sua adeguatezza al contesto reale dell' evento, maggiori possibilità di acquisto diretto in “luoghi fisici”, come rivelarono le folle in attesa all'apertura della vendita “diretta” dei biglietti⁹⁷.

Questo dal punto di vista di una buona organizzazione dell'evento sportivo. Da un altro punto di vista spesso mi è invece sembrato che le procedure, virtuali o reali, per acquistare i biglietti, (come le code o gli interminabili tentativi via internet) facessero parte del rituale di accesso alle emozioni dello stadio. Così anche la coda per il biglietti è stata, per tanti, parte dell'esperienza della Coppa del Mondo: come nel torneo tennistico di Wimbledon dove code chilometriche per tentare l'ingresso al tempio del tennis fanno parte della tradizione del torneo.

Piuttosto è la contraddizione fra un sistema informatico scarsamente rispondente allo scopo per cui è stato implementato e le pratiche reali a costituire un interessante caso studio per un' antropologia che voglia fornire supporto conoscitivo alla progettazione di sistemi informatici destinati all'organizzazione di eventi non solo sportivi.

⁹⁷Nell'ottobre 2011, mentre sto terminando questo lavoro, si verifica un altro fatto significativo relativo ai sistemi di biglietteria per la partite di calcio. A Napoli, il 27 ottobre, si crea una folla imprevista ai botteghini della stadio San Paolo, una folla in forte tensione verso una meta, per usare le teorizzazioni di Canetti. La polizia interviene per disperdere la folla dei tifosi napoletani che cercavano di comprare un biglietto per la partita di Champions League Bayer Monaco-Napoli. Si era infatti radunata una folla di 7000 persona per soli 2500 biglietti disponibili. Ciò ci porta a pensare che, in tante occasioni, servirebbe un servizio di gestione della folla anche durante la vendita dei biglietti, non solo durante lo svolgersi dell'evento in sè.

6.5 Da Canetti alle emozioni

Elias Canetti (1960) ci fornisce alcune indicazioni metodologiche e descrittive molto utili nel tentativo di parametrizzare la folla e le sue manifestazioni. Allo stesso tempo **le emozioni di una folla non sono parametrizzabili** in modi e categorie definite. I dati seguenti vanno quindi letti e interpretati sempre tenendo in considerazione la difficoltà di definizione di un qualunque contesto umano in “termini fissi”. Del resto, per poter leggere i dati etnografici come ausilio alla progettazione di un sistema informatico di modellazione della folla, bisogna necessariamente cercare di rendere astratto “l'oggetto di studio” della pratiche etnografiche: il reale nelle sue innumerevoli, interrelate e mutevoli manifestazioni.

Utilizzerò quindi le definizioni teorizzate da Canetti quali le proprietà e le caratteristiche dinamiche della massa come un **tentativo di definizione astratta di contesti reali**.

Come abbiamo visto, gli scenari che abbiamo analizzato in precedenza (Fan Park e Fan Walk) veicolano dinamiche differenti nelle modalità in cui le folle agiscono e nelle interazioni fra i differenti gruppi (cristalli di massa) componenti una folla. Nelle tabelle 6.1 e 6.2 definisco astrattamente e sinteticamente le caratteristiche della folla distinguendo fra le interazioni osservate al Cape Town Stadium e le interazioni all'interno del Fan Park. Ove possibile, assegnerò in modo crescente i valori numerici da 1 a 10, utili a mio avviso a fornire un basilare riferimento astratto funzionale alla progettazione informatica di un modello di simulazione comparativo dei due contesti osservati. Inoltre, la comparazione fra il Cape Town Stadium e il Fan Park può fornire dei paradigmi utili alla comprensione della differenza fra i due contesti più comuni di ritrovo della folla in occasione di manifestazioni calcistiche: lo stadio e gli istituzionali “luoghi di raduno “ di fronte ai mega-schermi.

Tabelle 6.1 e 6.2: parametrizzazione numerica della folla secondo le proprietà di Canetti (1960)

Cape Town Stadium	Interno/tribune	Open Space esterno
1.Densità	Molto variabile, a seconda dell'evento (3-10)	L'esterno delle tribune del Cape Town Stadium si caratterizza per l'ampiezza e la libertà di movimento (5)
2.Spontaneità e tensione ad una meta	Se per meta consideriamo la componente emotiva di un gol la tensione risulta alta (9)	La meta può essere un luogo, per esempio gli angoli bar, tensione bassa rappresentata dalle code ordinate (3)
3.Spinta a crescere	Fino a pochi minuti precedenti il fischio dell'evento (9-10)	Prima e dopo l'evento (9-10)
4.Massa aperta e massa chiusa	Massa chiusa, numericamente determinata dal numero di biglietti venduti per l'evento (10)	Massa chiusa (10)
5.Massa ritmica	Il ritmo è una componente essenziale del tifo sugli spalti (esempio la "Ola") (8-10)	Gruppi di tifosi si esibiscono in canti e balli sporadici (2-3)
6.Massa statica	Occasionale, molto dipendente dagli esiti e dalle emozioni veicolate dalla partita (5-10)	Staticità senza scariche particolari
7.Massa aizzata e massa in fuga	Non presente	Non presente
8. Massa del divieto	Non presente	Non presente data l'alta possibilità di mobilità all'interno dell'impianto
9.Massa festiva	Variabile a seconda delle situazioni della partita (5-10)	Meno dipendente dalla partita ma comunque legata all'atmosfera sugli spalti (5-10)
10.Massa doppia	E' il caso di due gruppi di tifoserie. Il contesto sudafricano si differenzia da quello europeo per una contrapposizione ironica, meno incline ad episodi di violenza (3-5)	I due gruppi sono molto interattivi (8-10)
11.Senso di persecuzione	Non rilevato nel caso del tifo sudafricano (1-2). Alto in tante situazioni italiane (8-10)	Poco strutturante le dinamiche di movimento e di sicurezza dell'impianto (2-3)
12.Disgregazione della massa	A fine partita molto rapida (8-10)	Più lenta rispetto alla zona interna (6-7)
13. Cristalli di massa	Contraddistinti su base etnica, caratterizzati oltre che dal tifo comune, dall'appartenenza al medesimo gruppo fuori da contesto specifico (famiglia-gruppo di pari-gruppo proveniente dalla stessa township o regione).	Stesse caratteristiche degli spalti ma maggior dispersione dei gruppi

Fan Park	Interno/tribune	Zona esterna
1.Densità	Molto variabile in relazione al clima meteorologico e alla rilevanza della partita per il pubblico (5-10)	Dipendente dalla densità interna (5-10)
2.Spontaneità e tensione ad una meta	Nel caso del gol, dinamiche differenti rispetto alle tribune di uno stadio dovute allo stare in piedi, più alta (9-10)	Variabile, la meta risulta essere qualunque punto da cui la partita è visibile (televisori dentro luoghi pubblici etc.)
3.Spinta a crescere	Più alta rispetto allo stadio, il Fan Park è luogo d'interazione anche prima l'orario della partita (9-10)	Definita ma meno intensa temporalmente rispetto allo stadio (9-10)
4.Massa aperta e massa chiusa	Massa chiusa, max 24.000	Aperta, in relazione alla grandezza della massa chiusa interna
5.Massa ritmica	Massa più coinvolta musicalmente rispetto allo stadio. Il ritmo è quindi veicolato dalle musiche (6-7)	Danze e balli sporadici
6.Massa statica	Staticità maggiore rispetto allo stadio per il modo di fruizione dell'evento. Allo stadio la tensione verso la meta (gol) risulta più costante, rispetto al megaschermo infatti si ha una panoramica più generale diversa dall'azione spezzettata delle riprese televisive. (3-4)	La staticità può essere conseguente all'attesa per entrare nello spazio del Fan Park (6-7)
7.Massa aizzata e massa in fuga	La massa in fuga può essere dipendente dalle condizioni meteorologiche (la Città di Cape Town è fortemente ventosa, il vento può essere talmente forte da impedire di camminare).	Dipendente dalle condizioni meteo
8.Massa del divieto	Non Presente	Massa che si forma agli ingressi per il divieto di accedere al Fan Park quando il luogo ha raggiunto la capienza massima
9.Massa festiva	Atmosfera di festa caratterizzata anche dagli spettacoli concerti pre-partita (8-10).	Continuazione dell'atmosfera di festa interna (7-9) anche vista la vicinanza del Fan Park con la zona dei locali notturni.
10.Massa doppia	Meno evidente rispetto allo stadio	La massa doppia si disperde (1-2)
11.Senso di persecuzione	Il senso di persecuzione può essere legato alle problematiche della microcriminalità sudafricana. Comunque basso dentro il Fan Park	Più alto rispetto all'interno del Fan Park o dello stadio (6-7) ma notevolmente più basso rispetto a situazioni ordinarie.

	(2-3)	
12.Disgregazione della massa	Dipendente dagli orari della partita. Più lenta rispetto allo stadio proprio per le caratteristiche legate al luogo. (5-6)	La massa si disperde nelle vie adiacenti o verso la stazione
13.Cristalli di massa	Cristalli di massa più identificabili e allo stesso tempo più “mobili” rispetto allo stadio in quanto all'interno del Fan Park non c'è biglietto d'ingresso e assegnazione dei posti.	Alta dispersione dei gruppi per raggiungere i punti bar-ristoro. Data la non assegnazione dei posti maggiori difficoltà di ri-aggregazione del cristallo di massa-

Le osservazioni schematizzate nelle tabelle 6.1 e 6.2 sarebbero comunque meglio comprese qualora integrate e commentate con la documentazione foto e video raccolta sul campo. La dimensione visuale della folla nello sguardo di un osservatore partecipante è infatti essenziale per comprenderne i meccanismi.

Allo stesso tempo un'osservazione troppo neutrale, frutto di una pura registrazione con telecamera, fa tralasciare al ricercatore la **dimensione emotiva** che veicola interazioni e dinamiche della folla stessa. Per comprendere la folla bisogna quindi farne parte, il ruolo dell'antropologo in essa mette in luce metodologicamente alcune questioni legate all'osservazione partecipante, come l'empatia o la presunta distanza antropologica nei confronti dei suoi “soggetti attivi nella ricerca”. Anche se a livello di pura descrizione della folla basterebbe osservarla, anche da lontano, (per esempio dall'alto di un edificio da cui si ha una prospettiva altamente affascinante e “reale” di dimensioni e densità), per interpretare la folla senza essere fuorviati da rappresentazioni di essa basate solo sulla prospettiva visuale bisogna **entrarne in empatia**, dividerne emozioni, rituali e dinamiche di movimento nei contesti culturali ove la folla “agisce”.

6.5.1 Emozioni come parametri d'interazione

La mia proposta teorico-metodologica esplicita nel primo capitolo di questo lavoro è relativa al considerare le emozioni come parte attiva dell'interazione dei singoli individui o dei gruppi che formano una folla.

Ma prima esaminiamo brevemente le **interazioni dentro la folla fra individuo e gruppo** (o cristallo di massa). Sia gruppi sia individui sono qui da considerarsi come soggetti immersi in un'interazione mobile e dinamica. Poniamo l'esempio di un gruppo di amici o di un gruppo di turisti che si perde in un luogo affollato. Il gruppo da cristallo di massa quale è teoricamente considerato da Canetti può così trovarsi disarticolato nelle sue singole unità (l'individuo o gli individui che si sono persi).

Questo rappresenta l'esempio più semplice e intuitivo di come i telefoni cellulari abbiano modificato le dinamiche di un gruppo in uno spazio affollato. Nelle mie osservazioni emerge come i singoli individui siano meno propensi a mantenere il cristallo di massa coeso nei luoghi di movimento considerati (come la Fan Walk) data la consapevolezza di potersi riaggregare in tempi brevi attraverso la comunicazione telefonica.

Riporto di seguito un'esperienza personale. Durante una delle partite del Mondiale giocata al Cape Town Stadium ho pensato di dare appuntamento ad alcuni amici davanti agli ingressi dell'impianto per raggiungere il Fan Park a piedi, quindi camminando sulla Fan Walk in senso contrario rispetto alla direzione in cui gran parte della folla si muoveva. Sono stati due chilometri in cui i nostri vari cellulari non hanno smesso di chiamarsi, essendoci "persi" nella folla dopo pochi minuti. Ciò dimostra in maniera molto evidente come in situazioni di affollamento in movimento, dove una folla si muove da un punto A a un punto B, sia difficile mantenere il "**gruppo o cristallo di massa coeso**", e come gli strumenti di comunicazione rivestano un ruolo fondamentale per ritrovarsi fra gli individui che formano un gruppo.

Il ruolo della comunicazione via cellulare mi è parso spesso abusato e in

situazioni di forte affollamento probabilmente più funzionale a garantirsi una sorta di tranquillità emotiva legata allo stare in contatto con i membri del proprio gruppo piuttosto che al riuscire a ritrovarsi “fisicamente” nello spazio reale in tempi più o meno brevi.

Dinamiche differenti subentrano in situazioni di affollamento stanziale, com'è il caso di un concerto o di una partita vista di fronte a un mega schermo. In genere in questi casi i componenti dei cristalli di massa tendono a scegliere un proprio punto di ritrovo nello spazio affollato, dove, seppur liberi di muoversi nello spazio circostante, possano riunirsi senza difficoltà.

A mio avviso le emozioni, soprattutto nel caso di una partita di calcio, giocano un ruolo più determinante nelle folle stanziali rispetto alle folle in movimento. Nonostante questa caratteristica generale va sempre considerata la situazione contestuale: diverso è il caso, per esempio, di un corteo politico, dove determinati cori o slogan sono a tutti gli effetti componenti emotive di unione dei manifestanti.

Caratterizzato da altre dinamiche è invece il caso, per le folle calcistiche italiane, dei gruppi ultras che raggiungono gli stadi scortati dalla polizia: i singoli individui sono legati da una **componente emotiva di gruppo**, rappresentata dall'identità collettiva di ultras di una squadra e esternata nelle pratiche di canti e cori inneggianti la propria fede sportiva o, come spesso capita in Italia, di insulti rivolti agli avversari. Le emozioni si confondono quindi con le componenti identitarie, e in parte le veicolano.

Nel contesto della mia ricerca sul campo nei luoghi del Mondiale sudafricano le emozioni nelle interazioni reciproche all'interno delle folle sono state spesso veicolate attraverso componenti dinamiche sensoriali. Il suono ha avuto una parte preponderante attraverso le tonalità delle vuvuzelas suonate dai gruppi formanti la folla nel costante tentativo di dare vita a una sonorità collettiva coordinata e condivisa.

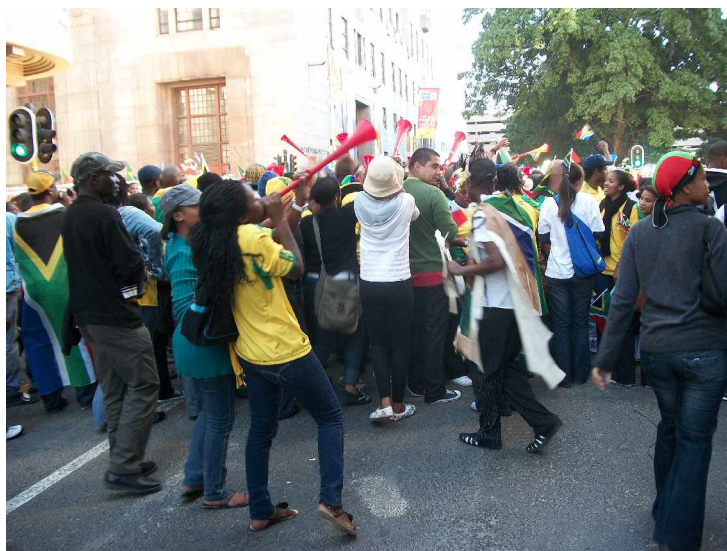


Figura 6.12: Interazione di gruppo attraverso il suono delle vuvuzelas (foto dell'autrice)

Se al telespettatore il suono delle trombette sembrava giungere caratterizzato da una sonorità casuale, al centro di una folla del Mondiale 2010, era chiara la percezione di come tale spazio sonoro seguisse determinati ritmi coordinati, in modo da creare un' interazione sonora emotiva.

La consapevolezza, non facile da definire attraverso la scrittura etnografica, del ruolo delle emozioni nelle interazioni collettive rappresenta un'imprescindibile dimensione della folla, una dimensione ancora largamente da esplorare dalle scienze umane.

CAPITOLO 7

Allo stadio e in TV: osservazioni e comparazioni fra Italia e Sudafrica

Non esiste punteggio, né squadre, né partite. Gli stadi non sono che cantieri in demolizione. Oggi ogni cosa avviene solo negli studi della radio e della televisione. La falsa eccitazione degli speaker non vi ha mai fatto sospettare che sia tutta una finzione? L'ultima partita di calcio è stata giocata il 24 giugno 1937. Da quella data, il calcio, come tutta la vasta gamma degli sport, è un genere drammatico, orchestrato da un uomo, solo in uno studio, o interpretato da attori in divisa da gioco davanti al cameraman.

(J.L. Borges, A. Bioy Casares, *Cronache di Bustos Domecq*)

In questo capitolo esaminerò il luogo dello stadio intendendolo come uno spazio allo stesso tempo virtuale e reale, uno spazio determinato da pratiche culturali e simbolismi (molto spesso veicolati attraverso i media) legati alle rappresentazioni del calcio, a processi identitari spazialmente connotati e a simbolismi iconici legati alle immagini televisive di uno stadio in mondovisione. Essendo inoltre lo

stadio, soprattutto in Italia, un luogo “burocratizzato”, esaminerò alcune delle recenti strategie di sicurezza che, imposte dalla legislazione italiana di riferimento, hanno in parte modificato le pratiche relative al modo di accedere a un luogo che può essere considerato una sorta di cattedrale post-moderna, una cattedrale dove i media interagiscono con le pratiche “reali” del pubblico sugli spalti.

7.1 Stadi e sicurezza: fra Italia e Sudafrica

La prospettiva comparativa per quanto riguarda lo studio della procedure di sicurezza e delle modalità di gestione dei flussi di folla nel contesto di uno stadio aiuta sicuramente a meglio comprenderne le dinamiche e a elaborare differenti soluzioni funzionali alla gestione della folla.

La figura 7.1 rappresenta un cartello informativo indicante gli oggetti proibiti ed eventualmente oggetto di sequestro da parte della Security agli ingressi del Cape Town Stadium.

Figura 7.1: manifesto indicante gli oggetti proibiti dentro il Cape Town Stadium (foto dell'autrice)



Alcuni oggetti (l'ombrello, le bottiglie chiuse) sono comuni anche nei divieti d'ingresso degli stadi italiani. Altri, per esempio l'arco e le frecce, un'arma da

fuoco, un animale domestico, non sono nemmeno presi in considerazione nella segnaletica di regolamentazione degli stadi italiani. Si dà per scontato che nessuno tenterebbe di entrare dentro uno stadio italiano con arco e frecce, nonostante ci sia chi ci è entrato con un motorino per lanciarlo dalle tribune⁹⁸. Questa rappresentazione segnaletica con valore legislativo è significativa di come il concetto di sicurezza sia estremamente dipendente dal contesto culturale, come del resto lo sono le dinamiche fra i tifosi nelle arene di significato di uno stadio.

La mia **personale percezione di sicurezza “da stadio”** è sempre stata maggiore negli stadi di Cape Town, nonostante in Italia si dia per scontato il divieto di portare armi da fuoco sulle tribune. Una sensazione che per quanto mi riguarda è in parte da spiegarsi con la maggiore libertà di movimento che contraddistingue il Cape Town Stadium rispetto agli stadi italiani. Se infatti in uno stadio italiano si entra nel settore di cui si possiede il biglietto e lì si resta per tutta la partita, nello stadio di Cape Town è possibile compiere il giro dell'impianto attraverso l'open space esterno. Personalmente il fatto di essere meno soggetta a procedure di controllo e limitazione nella libertà di movimento dentro un impianto, in una sorta di “burocratizzazione-controllata” dello spazio, mi fornisce una maggiore percezione di sicurezza del contesto.

Il Sudafrica non è comunque immune da tragedie relative agli stadi. A Johannesburg, in occasione di partite fra i Kaizer Chiefs e gli Orlando Pirates (le due squadre di Soweto con il maggior numero di tifosi del Paese), si sono in passato verificati incidenti⁹⁹ con numerose vittime: disastri “da stadio” dovuti non a scontri fra tifoserie “nemiche”, ma a un'improvvisata e approssimativa gestione delle modalità d'ingresso all'impianto, modalità che hanno causato un sovraffollamento incontrollabile. Una prospettiva comparativa delle norme, delle

⁹⁸Fatto che accadde allo stadio di San Siro nel maggio 2001.

⁹⁹La rivalità fra Orlando Pirates e Kaizer Chiefs, è più intensa e con eccessi violenti rispetto alla rivalità a carattere prevalentemente scherzoso fra le squadre di Cape Town o fra altre squadre del campionato sudafricano. In occasione del derby di Soweto (fra Pirates e Chiefs appunto) sono in passato avvenuti incidenti: il 13 gennaio 1991 all'Oppenheimer stadio in Orkney sono morte 41 persone per disordini vari fra la folla. Più avanti in questo lavoro tratterò della tragedia con 43 morti all'Ellis Park Stadium l'11 aprile 2001, sempre in occasione di una partita fra le due squadre di Johannesburg.

pratiche e delle percezioni dello spazio che regolano la folla è metodologicamente necessaria per comprendere gli errori della sua gestione nei contesti ospitanti un evento, contesti che oggi più che mai devono essere studiati nelle complesse interazioni fra il luogo fisico e le sue rappresentazioni virtual-mediali.

7.1.1 Spazi (in)sicuri

Le questioni relative alla sicurezza dei visitatori durante il Mondiale 2010 è stata fra le più dibattute sia in Sudafrica, sia dai media internazionali, sia dal complesso delle istituzioni organizzatrici dell'evento. Come accennato nell'esempio visuale introduttivo **la percezione di sicurezza è “culturale”** : influenzando sulle interazioni quotidiane in un determinato luogo la percezione relativa alla sicurezza è quindi una dinamica da non intendere limitatamente alle sole dimensioni spaziali legate a un determinato luogo ma va inquadrata in una rete di significati più complessa. Ciò sembra riguardare soprattutto gli stadi e in generale i luoghi pubblici destinati a ospitare eventi collettivi.

In Sudafrica è spesso difficile capire quanto le precauzioni a non camminare in una determinata area urbana siano realmente necessarie o quanto facciano parte della *legacy* dell'apartheid, per cui per tanti punti di vista è a priori pericoloso camminare in una “zona nera” se sei bianco.

Vediamo alcuni commenti e qualche esperienza personale in proposito:

Sometimes seeking advice from the locals may give an exaggerated picture of crime in an area as well. I, for example, moved back from London to Durban about a year ago after spending 6 years in London. I asked friends and family about safety concerns. Basically, South Africans - at least in Durban - don't walk anywhere. I live 15 min walk from one of the busiest streets in Durban for bars and restaurants and people consider me crazy and have warned me not to walk there. I, however, do so regularly and have never had a problem. This is in a good area and a busy area as well but the general phobia is here too. South Africans like to dwell on the many things they can't do because of crime and

getting a clear picture of what you can and can't do is very difficult.
(Gareth, Durban, South Africa in BBC news Magazine 17 maggio 2010).

World Cup visitors, please avoid trains, buses and taxis, and don't walk alone
(conversazione personale -Fan Park Cape Town, 20 giugno 2010).

Be careful in Cape Town coloured and black areas, don't go there on your own and only with people you trust . For me the “new” Republic of South Africa is shambles (sms personale da parte di un giornalista sportivo free-lance, di origine afrikaner, 16-12-2010).

Il primo commento rispecchia abbastanza bene la mia esperienza generale in Sudafrica, a Cape Town e durante un viaggio con i mezzi pubblici da Johannesburg al Capo passando per Durban. Certo, in tante zone la sera è meglio non aggirarsi a piedi in solitudine¹⁰⁰, ma le raccomandazioni sulla sicurezza spesso mi sono sembrate eccessive e paiono talvolta strutturarsi sulle eredità storiche della divisione in aree dell'apartheid.

Di passaggio a Durban, qualche giorno dopo la fine del Mondiale di calcio, chiesi a un commerciante indiano indicazioni per raggiungere il centro città (distante una decina di minuti di cammino): mi disse di non andarci assolutamente a piedi ma di chiamare un taxi. La raccomandazione di non andare in determinati luoghi, o di non usare i mezzi pubblici, mi era del resto abbastanza nota. Dopo le prime settimane a Cape Town cercavo di valutare la situazione sicurezza in modo autonomo. Nell'ascoltare i consigli di tanti interlocutori (soprattutto bianchi che mi sconsigliavano di visitare le townships nere) mi rendevo conto di come avrei sicuramente avuto meno occasioni d'interazione con la città nel suo insieme, fatto non certo favorevole alla ricerca etnografica in un contesto altamente complesso

¹⁰⁰Nel City Bowl di Cape Town la sera è meglio stare “all'erta”, senza comunque esagerare i timori relativi la propria sicurezza personale. A parte Long Street, via della “movida” notturna dove si può camminare tranquillamente, per le vie adiacenti alla stazione è meglio non aggirarsi se non necessario. Fra i vari motivi che mi portarono a cercare alloggio nella zona di Sea Point (di cui il più decisivo la possibilità di raggiungere il Cape Town Stadium a piedi) giocò la sua importanza anche il fatto di poter uscire tranquillamente a far la spesa o per andare in un locale pubblico fino alle 22-23 della sera, essendo l'area frequentata e con esercizi commerciali aperti fino a tardi, a differenza del centro città.

qual'è il “New South Africa”. Dall'altro lato alcuni informatori mi dissero che il problema della sicurezza a Cape Town è né più né meno simile a tante altre città nel mondo. La zona di Durban dove mi trovavo quando chiesi indicazioni al commerciante di origine indiana era abbastanza frequentata, andai quindi a piedi senza riscontrare nessun problema. A Johannesburg presi il treno metropolitano della Rea Vaja, la nuova linea di trasporto costruita per portare le folle dal Soccer City Stadium al centro città. Dal Soccer City dovevo raggiungere la stazione principale per controllare gli orari di partenza dell' autobus che l'indomani mi avrebbe portata a Durban. Un controllore in servizio sul treno volle accompagnarmi dalla fermata del Rea Vaja alla stazione dicendomi che avrei dovuto attraversare un parco “poco sicuro”.

A differenza degli stadi italiani, lo spazio interno negli stadi sudafricani costruiti o ristrutturati per i Mondiali 2010 è stato in genere percepito come un luogo sicuro e controllato. L'incolumità personale poteva essere, a detta di tanti, maggiormente a rischio in altri luoghi pubblici o nelle zone di transito per raggiungere lo stadio (questo vale soprattutto per la città di Johannesburg, come abbiamo visto a Cape Town l'organizzazione delle folle è stata un caso particolare) . In proposito a Cape Town ho avuto modo di raccogliere alcuni commenti preoccupati perché gran parte delle partite del Mondiale si sarebbero giocate la sera. Dopo la partita per diversi informatori era consigliabile correre ai propri alloggi senza attardarsi troppo nei paraggi di Green Point, il quartiere dove sorge lo stadio. Per la maggioranza dei miei interlocutori comunque, come scritto in precedenza, il Mondiale ha rappresentato una riappropriazione dello spazio pubblico, diventato temporaneamente sicuro proprio in virtù del suo affollamento. La differenza nella percezione di sicurezza con gli stadi italiani è piuttosto evidente: in Italia, sono l'interno e i dintorni dello stadio nei giorni delle partite a essere spesso percepiti e rappresentati nei media come luoghi a rischio d'incidenti. Alla base delle **differenze nella gestione della folla** (differenze anche rimandanti alle componenti strutturali nella progettazione di uno stadio) evidenziate sopra si

constata una **diversa “cultura del calcio”**. Negli stadi sudafricani che ho frequentato non si è mai posta la questione organizzativa di separare i tifosi-ospiti dai tifosi “di casa”. I tifosi in Sudafrica si sentono “membri di una stessa confraternita di appassionati di calcio”. La squadra o i gruppi di tifosi avversari non sono visti come il “nemico”, fondamentale elemento di contrapposizione nella costruzione identitaria delle tifoserie italiane. La “cultura” e l'identità delle tifoserie frequentanti gli stadi strutturano socialmente lo spazio reale, anche posteriormente alla progettazione architettonica dello stesso. È il caso, per esempio, delle curve del tifo negli stadi italiani e del settore distinti, caratterizzate da dinamiche della folla differenti¹⁰¹. Tali spazi socio-architettonici, soprattutto nel caso degli stadi come scenari d'interazioni complesse, sono quindi “culturalmente determinati”. Le componenti simbolico-culturali dovrebbero essere maggiormente considerate dai progettisti delle strutture, sportive e non, a larga affluenza di folle.

7.1.2 La situazione italiana, fra “calcio moderno” e Tessera del Tifoso

In Italia le questioni relative alla sicurezza negli stadi sono dibattute e controverse da diversi anni. Alcuni stadi italiani dove si gioca la Serie A sono stati rinnovati o costruiti ex-novo vent'anni fa, in occasione del Mondiale “Italia 90”. Nonostante non sia passato molto tempo la maggior parte di essi appare, in comparazione agli stadi sudafricani, obsoleta, poco sicura e caratterizzata da un **movimento della folla dentro lo stadio molto limitato**¹⁰². Recentemente la UEFA (Union European Football Association) non ha assegnato l'Europeo di calcio 2016 alla FIGC (Federazione Italiana Giuoco Calcio) anche per l'inadeguatezza degli

¹⁰¹Per cui generalmente in curva non si rispetta il posto a sedere indicato sul biglietto d'ingresso e si tifa in piedi. In tribuna chi tende a seguire la partita in piedi è visto come un disturbatore non rispettoso degli altri spettatori.

¹⁰²Nel senso che in uno stadio italiano vi è meno libertà di movimento rispetto agli stadi sudafricani

impianti che, come “il gatto quando si morde la coda”, sarebbero stati rinnovati in seguito all'assegnazione dei campionati europei con i relativi finanziamenti pubblici destinati all'evento¹⁰³.

Diversi Decreti Legge degli ultimi anni hanno cambiato il modo di organizzare la folla e acquistare i biglietti per lo stadio (il biglietto in Italia è oggi nominale e venduto dietro la presentazione di un documento d'identificazione personale), migliorando, in teoria, il controllo interno della folla all'interno degli impianti, anche se gli individui e i gruppi componenti la folla delle curve del tifo difficilmente rispetta il posto a sedere indicato sul tagliando. Dal mio punto di vista sfugge quindi come il biglietto nominale possa contribuire alla sicurezza dentro un impianto sportivo. Piuttosto, come diversi incidenti o disordini negli stadi italiani dimostrano, sono le telecamere interne e televisive a rappresentare uno strumento funzionale al riconoscimento dei trasgressori delle norme di comportamento¹⁰⁴. Il **biglietto nominale** è stato istituito con il Decreto Pisanu datato 6 giugno 2005; il Decreto Maroni ha successivamente introdotto la “Tessera del Tifoso”, resa operativa a partire dal 1 gennaio 2010. La Tessera del Tifoso viene rilasciata dalla Società sportiva previa verifica in Questura che il richiedente non sia stato soggetto a Daspo negli ultimi cinque anni, ovvero incriminato per “reati da stadio o da altre manifestazioni sportive”. Tale procedura ha sollevato numerose critiche soprattutto da parte del mondo ultras. Vediamo un commento raccolto in rete:

Striscioni, volantini, o scritte sui muri, il *refrain* è sempre quello: “Non abbonarti! non tesserarti!”. Come da due anni a questa parte, anche durante questa calda estate in giro per

¹⁰³Non è questa la sede per addentrarsi nelle complesse normative relative la sicurezza negli stadi. In sintesi solo quattro stadi italiani nel 2009 risultavano a normativa UEFA (San Siro, lo stadio Marassi di Genova, il San Nicola di Bari e l'impianto di Torino inaugurato nel 2011); ospitare l'Europeo di calcio avrebbe quindi implicato una completa ristrutturazione o costruzione ex-novo, con risorse pubbliche, degli impianti ormai obsoleti di Italia 90. In genere se uno stadio non è a norma resta aperto in regime di deroga, una condizione che permette di “ignorare” temporaneamente le normative italiane ma non le normative UEFA o FIFA per ospitare competizioni internazionali come un Europeo di calcio.

¹⁰⁴Ci sono vari casi in proposito. Per esempio dopo gli incidenti provocati dagli ultras serbi durante Italia-Serbia allo stadio Marassi di Genova, il capo ultras serbo fu identificato attraverso le immagini della diretta televisiva.

la città sono comparsi inviti eloquenti a non sottoscrivere l'abbonamento per la nuova stagione calcistica. La ragione è nota quanto controversa, dal momento che la tessera che permette ai tifosi di acquistare a inizio anno un posto per tutte le partite del campionato, è legata alla sottoscrizione di un'altra tessera, la famigerata tessera del tifoso, istituita dal ministro Maroni per combattere il fenomeno del tifo violento. L'estate scorsa, il primo anno in cui la sottoscrizione della tessera era obbligatoria per potersi abbonare, le proteste si sono sollevate in tutta Italia, anche se la maggior parte delle tifoserie organizzate (Milan, Inter e Juve in testa) alla fine hanno deciso di cedere. A Napoli, invece, come in poche altre città d'Italia, le cose sono andate diversamente. I gruppi organizzati della curva A e della curva B hanno deciso di non tesserarsi, anzi hanno messo in atto una dura campagna anti-tessera, provando a spiegare il proprio punto di vista, e riuscendo a convincere tante persone a non abbonarsi. La tessera, dicono, limita le libertà del tifoso: «Soltanto chi ha la tessera può sottoscrivere l'abbonamento, per esempio, e soltanto chi ha la tessera può seguire la squadra in trasferta. In più la tessera è un pericoloso strumento di controllo, perché ha all'interno un microchip simile a quello delle carte telefoniche ricaricabili». (dalla pagina Facebook "No alla Tessera del Tifoso", articolo pubblicato anche in www.napolimonitor.it, ultimo accesso 15 settembre 2011).

Per alcuni informatori, appartenenti al tifo organizzato dei club, la tessera ha "eliminato" diverse "teste calde" dagli stadi. La sua efficacia nel rendere gli stadi italiani più sicuri è quindi tuttora piuttosto controversa. Piuttosto va notato come spesso le strategie di ordine pubblico messe in atto dall'Osservatorio sulle Manifestazioni Sportive, organo del Ministero dell'Interno preposto alla valutazione dei rischi legati alle partite non solo di calcio, si basano su un'analisi del tifo rimandante a principi territoriali-amministrativi, stabilendo i divieti d'ingresso allo stadio sulla base della regione di residenza di chi voglia acquistare un biglietto. Se ciò può risultare in linea di massima una rappresentazione veritiera della mappa del tifo italiano per quanto riguarda le squadre cosiddette provinciali, per le squadre della serie A con il maggior numero di tifosi sparsi per l'Italia (Juventus, Milan, Inter, Roma, Napoli) il criterio utilizzato è poco rispondente alla distribuzione geografica dei tifosi.

Nella tabella 7.1 è indicata la media di spettatori per ogni squadra di serie A durante il campionato 2010/2011 (dal sito <http://www.european-football-statistics.co.uk/attn.htm>, accesso 18 luglio 2011):

Tabella 7.1: media spettatori nella serie A

No.	Club	Average	Games	vs '10	Highest
1	FC Internazionale Milano	59.697	19	6,2%	80.018
2	AC Milan 1899	53.916	19	25,9%	80.018
3	SSC Napoli	45.608	19	11,8%	58.666
4	AS Roma	33.952	19	-17,1%	58.083
5	SS Lazio	29.122	19	-19,4%	52.121
6	US Città di Palermo	24.812	19	-0,8%	29.597
7	ACF Fiorentina	23.608	19	-13,9%	34.483
8	Genoa C & FC	23.466	19	-8,3%	29.465
9	UC Sampdoria	23.330	19	-7,6%	31.500
10	Juventus FC	21.966	19	-4,2%	24.908
11	Bologna FC 1909	19.810	19	1,7%	33.092
12	AS Bari	19.752	19	-22,2%	45.162
13	Udinese Calcio	17.554	19	1,1%	29.644
14	AC Cesena	16.469	19	46,1%	22.139
15	Parma FC	14.524	19	-14,9%	19.615
16	Calcio Catania	13.731	19	-10,5%	19.136
17	Cagliari Calcio	13.000	19	-11,3%	23.000
18	AC Chievo Verona	12.676	19	6,3%	29.404
19	US Lecce 1908	10.729	19	36,8%	20.386
20	Brescia Calcio	8.403	19	113,4%	22.123
.	Total	24.306		-2,6%	80018

Nonostante si tenda a definire (mass media in primis) il calcio italiano come caratterizzato da stadi sono sempre più vuoti per l'avvento della *pay-tv* e per una diffusa percezione di poca sicurezza e disagio relativi l'accesso e la permanenza nell'impianto, i dati precedenti mostrano come ciò sia una sorta di luogo comune. Certo gli stadi italiani appaiono nelle immagini televisive spesso vuoti (a parte la zona delle curve) ma i dati statistici della tabella precedente mostrano come, in

caso di successi della squadra, o come nel caso del nuovo Juventus Stadium a Torino nel campionato 2011/2012¹⁰⁵, i buoni risultati sportivi o un nuovo impianto più “confortevole” riportino i tifosi a vivere la partita nel “luogo reale”, preferendolo alla visione televisiva.

Le percentuali nella terza colonna relative alla differenza di spettatori rispetto alla stagione precedente mostrano come, più che risentire dei canali televisivi che permettono di vedere tutte le partite del campionato dal divano di casa, il pubblico degli stadi appare fortemente influenzato dai risultati della propria squadra. In generale i risultati sportivi positivi spingono i tifosi ad andare allo stadio, viceversa una stagione negativa allontana il pubblico. Il calcio-spettacolo dei palinsesti televisivi ha piuttosto avvicinato agli stadi una parte di pubblico (il genere femminile per esempio) precedentemente poco presente.

Un altro aspetto relativo l'affluenza di pubblico negli stadi riguarda l'introduzione dei biglietti nominali e della tessera del tifoso, atti legislativi che hanno reso più complicate le procedure di acquisto o rivendita dei biglietti. Per rivendere un biglietto è infatti necessario, attraverso la Società sportiva organizzatrice, il cambio nominativo dal proprietario-venditore all' acquirente. Se ciò ha eliminato la pratica del **bagarinaggio fronte stadio** (pratica che si è trasferita nel mercato virtuale del web) ha reso il comprare un biglietto per una partita di serie A una procedura che a tanti tifosi, abituati all'acquisto del biglietto direttamente sul luogo dell'evento, appare complicata e dispendiosa in termini di tempo. Le recenti norme legislative italiane hanno quindi, in sintesi, reso maggiormente burocratizzato l'accesso agli stadi.

Il mondo ultras si è subito dimostrato contrario al processo di “fidelizzazione tramite tesseramento” previsto dal Decreto Maroni . Striscioni del tipo “**La mia Fede non si tessera**” e “Primi risultati della Tessera: tifosi a casa e sagome sugli spalti” sono infatti apparsi nelle curve degli stadi italiani.

Il mondo ultras, su cui sarebbe interessante dedicare un ulteriore lavoro di ricerca

¹⁰⁵ Nonostante le precedenti stagioni sportive negative della Juventus alla chiusura della campagna abbonamenti sono state vendute ben 23mila tessere, il 56% in più della scorsa stagione quando gli abbonamenti si fermarono a 14.600 (in *Cronaca Milano*, 24 agosto 2011).

in relazione alle interazioni online dei suoi componenti, se pur diviso in diverse “fazioni” talvolta protagoniste di scontri violenti (talvolta, per il “possesso territoriale della curva”, anche fra differenti gruppi che si riconoscono nel tifo per la stessa squadra) è stato spesso oggetto di stereotipi generalisti da parte dei media.

Scrivo Marco De Rose (2010, intervista in *Sport People*, 23/2011:36 scaricabile al link www.sportpeople.net, ultimo accesso 10 settembre 2011)

La semplificazione di queste espressioni sottoculturali ha fatto sì che, molto spesso, se si parla di ultras s'immagina subito la figura di un teppista violento con un pallone al posto del cervello e tendenzialmente fascistoide. Bisogna andare a fondo e capire i veri meccanismi sociali che muovono queste espressioni di aggregazione e non fermarsi alle banalità dei media che sono i primi a criminalizzare e gli ultimi a capire [...] Sta di fatto però che **nelle curve esiste una presenza interclassista ed eterogenea**. È proprio l'essenza della curva, come spazio sociale d'aggregazione, che può spiegare la presenza di uomini e donne provenienti da ogni classe sociale. Penso alla mia curva, a quella del Cosenza dove da sempre si mescolano soggetti e storie diverse. È proprio l'eterogeneità che rappresenta la forza più vera di questo mondo.

Il mondo delle curve è formato in maggioranza da tifosi più “passionali e carichi” rispetto alle tribune¹⁰⁶.

Il fenomeno ultras non è interamente da demonizzare e considerare in modo stereotipato. Definire il mondo ultras come genericamente violento, non considerandone le complessità intrinseche, è senza dubbio poco funzionale alla gestione delle folle dentro un impianto sportivo. Non intendo però negare che talvolta, all'interno della curva di uno stadio, episodi di violenza, reale o simbolica, possano provocare incidenti e gravare sull'incolumità della folla presente. Bisognerebbe piuttosto svolgere ricerche approfondite, volte a una rappresentazione etnografica delle varie sfaccettature del fenomeno¹⁰⁷.

¹⁰⁶Il pubblico in tribuna è soprannominato dalla parte dei tifosi in curva “pinguini”, cioè “gente che va allo stadio come se andasse a teatro”, seduta e in silenzio per la maggior parte della partita.

¹⁰⁷Pagine interessanti sul fenomeno ultras sono state scritte dagli stessi appartenenti al mondo ultras. Da segnalare nel panorama italiano le analisi di Valerio Marchi, scomparso nel 2006,

Un altro aspetto interessante, emerso dalla ricerca su siti online e da osservazioni e conversazioni avute negli stadi italiani, è relativo al fatto che il mondo ultras si considera depositario di quei valori che il “**calcio moderno**” pare aver cancellato. “Valori” come l'attaccamento alla maglia nell'epoca dei giocatori-mercenari, pronti a trasferirsi alla squadra rivale per un aumento di stipendio, o la pratica del seguire la squadra in trasferta con il “proprio gruppo” piuttosto che abbonarsi alla televisioni a pagamento, sembrano talvolta rimandare, dal punto di vista di tanti ultras, a un'epoca lontana e ricordata con velato “romanticismo calcistico”¹⁰⁸. Un'epoca in cui, per entrare in uno stadio non era necessaria una tessera con funzione di carta di credito, e la squadra del cuore non appariva come un agente economico quotato in borsa e interessato, con specifiche operazioni di marketing, a vendere gadget e nuovi modelli di maglietta a ogni inizio campionato. A livello di pratiche relative la sicurezza la Tessera del Tifoso prevede che, in occasione di partite considerate a rischio da parte dell'Osservatorio della

studioso di movimenti giovanili e ultra della AS Roma. Una bibliografia interessante è consultabile al link: <http://www.asromaultras.org/bibliografia.html>

¹⁰⁸Gli ultra della AS Roma hanno proposto un “*Manifesto contro il calcio moderno e televisivo*”. A tale manifesto, attraverso la rete, hanno aderito diversi gruppi ultras, sia italiani sia europei.

Riporto di seguito una parte di questo manifesto, datato 1999, che mi pare significativa di come l'idea di “calcio moderno” sia assimilabile al calcio come spettacolo soprattutto televisivo, componente fondamentale dell'industria dello sport. “E' necessario che tutte le tifoserie prendano coscienza di quello che la Federazione Italiana Giuoco Calcio sta facendo, in collaborazione con le multinazionali delle teleradiocomunicazioni e con gli ingordi vecchiardi che reggono la FIFA e l'UEFA. L'obiettivo dei potenti del calcio è quello di creare un campionato europeo per clubs dove troverebbero posto soltanto le squadre maggiori di ogni nazione. Un campionato di questo tipo garantirebbe loro enormi introiti televisivi ed anche stadi sempre pieni, perché nelle grandi città la gente comunque affollerebbe gli stadi. Ovviamente verrebbero sacrificate le squadre minori che non hanno pubblico televisivo ed hanno scarso pubblico “da stadio”. La lotta è quindi ormai tra pubblico televisivo (la maggioranza) destinato ad aumentare e pubblico da stadio (la minoranza) destinato a scomparire ovvero ad essere ridotto ad elemento di contorno.

Non manca molto al giorno in cui il terreno verde del campo di calcio sarà sponsorizzato e sulle tribune sarà vietato esporre gli striscioni perché potrebbero coprire la pubblicità (vedi il nuovo stadio dell'Ajax). Cercheranno, anche da noi in Italia, di introdurre decine e decine di “controllori del tifo”, come già avviene in nord Europa, con l'obiettivo di impedire l'uso di bandiere troppo grandi, di striscioni, di torce e fumoni. Il tutto con la servile complicità dei mass-media che diretti da personaggi con interessi concreti nelle multinazionali e quindi nel loro personale arricchimento ormai, per un pugno dato allo stadio, fanno un articolo a nove colonne.

E neppure manca molto al giorno in cui le maglie delle nostre squadre (già, le maglie, l'ultima cosa che ci è rimasta) saranno piene di sponsor, come le macchine di Formula Uno. Al link: <http://www.asromaultras.org/manifesto.html> . Ultimo accesso 22 settembre 2011.

Manifestazioni Sportive del Viminale, si possa vietare la vendita dei biglietti d'ingresso allo stadio al pubblico residente nella regione di provenienza della squadra ospite. Ciò, come già accennato, stride con la distribuzione geografica dei tifosi sul territorio nazionale, distribuzione che in larga parte non è da riferirsi ai meri confini amministrativi regionali. Secondo la maggioranza dei commenti raccolti in rete la tessera, lungi dall'essere uno strumento per rendere gli stadi più sicuri, rappresenta soprattutto un dispositivo di controllo e schedatura di chi va allo stadio, oltre che uno strumento commerciale, avendo altresì funzione di carta di credito. Vediamo qualche commento in proposito raccolto su alcuni degli innumerevoli forum in rete dedicati al calcio:

Una volta cantavamo "no al calcio moderno..no alla Pay TV"! Ok, niente Sky e niente Mediaset! Oggi se dalla Romagna voglio venire a vedere una partita ci vuole la TDT (tessera del tifoso)! Partendo dal presupposto che non mi piace l'idea di essere schedato preventivamente per quelli che la pensano come me non rimane che la Radio..ancora è gratis!!! Sono d'accordo che allo stadio ci siano i "cretini"..ma uno Stato che è capace solo a reprimere e non ad educare secondo me non ha una gran bel futuro davanti.

Le decine di discussioni e domande di questa sezione del forum sono la prova lampante di quanto sia cervellotica e assurda la tessera del tifoso. Bei tempi quando si veniva al Delle Alpi partendo rigorosamente senza biglietto, si beccava il bagarino che con 25 mila lire ti lasciava l'abbonamento in cambio della carta d'identità. A fine partita ti davi la punta (l'appuntamento) fuori dai cancelli, tu restituivi l'abbonamento, e lui la carta d'identità. senza tessere, member, call center, vendite web, limitazioni e altra stupidate che negli anni hanno contribuito a svuotare gli stadi¹⁰⁹.

Anche in Italia la questione dell'acquisto dei biglietti risente in parte delle stesse problematiche riscontrate nel sistema di biglietteria online della FIFA per il Mondiale di calcio. Complicazione aggravata dal fatto che ogni società di calcio italiana si rivolge a un differente gestore del sistema di vendita. Così la **virtualizzazione delle vendite dei biglietti**, come in Sudafrica durante il

¹⁰⁹Dalla mia esperienza personale nello stesso stadio il bagarino a cui mi rivolsi doveva esser più furbo. Invece di chiedere la carta d'identità faceva entrare, poi ripassare l'abbonamento all'esterno da un punto stabilito in precedenza, in modo da riutilizzare lo stesso abbonamento per più ingressi.

Mondiale 2010, spesso rende ulteriormente complicato l'accesso allo stadio.

Il biglietto d'ingresso allo stadio, oltre a rappresentare il diritto d'ingresso a un luogo reale-simbolico, diritto oggi complicato dalle recenti normative legislative descritte in precedenza, rappresenta, insieme agli oggetti estetico-simbolici esposti in uno stadio, un ricordo da conservare (dalle conversazioni negli stadi italiani mi sono accorta di quanti tifosi conservino i biglietti in una sorta di collezione legata alle proprie esperienze negli stadi).

Gli stadi possono essere considerati dei luoghi a cui la memoria dei tifosi si riferisce nella dimensione sociale (chiusa a sua volta in una dimensione spazio-temporale ben definita) che caratterizza il “rituale della partita”. I biglietti d'ingresso allo stadio conservati dai tifosi rappresentano la “memoria tangibile” della propria presenza in un luogo carico di simbolismi, un luogo che è contemporaneamente uno spazio sociale immerso in reti di significato da ricercarsi nelle interazioni fra la sua frequentazione reale e la virtualità delle immagini di esso veicolate negli schermi televisivi, schermi portatori di quella dimensione che il mondo ultras definisce come “calcio moderno”.

7.1.3 Schermi e incidenti negli stadi

Le immagini del calcio attraverso gli schermi televisivi sono “protagoniste”, in maniera diversa, di due fra gli incidenti negli stadi più drammatici della storia del calcio: **l'Heysel e L'Ellis Park**¹¹⁰. Di seguito, riferendomi a due saggi specifici sui fatti in questione, analisi rispettivamente di Baudrillard [(1990)1993]¹¹¹ e di Alegi (2004) , sintetizzo come le immagini e le informazioni veicolate dai media

¹¹⁰Lo stadio Heysel a Bruxelles è stato demolito e ricostruito col nome di King Baudouin Stadium nel 1995. L'Ellis Park si trova in una zona centrale di Johannesburg, è stato rinnovato per i Mondiali del 2010.

¹¹¹Il saggio sull'Heysel è pubblicato in *La trasparenza del male*. Essendo la traduzione italiana di questo volume difficilmente reperibile (la Biblioteca dell'Università Statale di Milano ne possiede una copia solo in consultazione)mi riferisco qui alla traduzione inglese del 1993 dal titolo *The Transparency of Evil. Essays on Extreme Phenomena*.

non siano disgiunte dai fatti tragici avvenuti nel “luogo reale” dei due stadi.

Nel caso dell'Heysel, dove il 29 maggio 1985 si disputava una finale di Coppa dei Campioni fra Juventus e Liverpool, morirono trentanove persone. Lo stato di violenza e di terrore generalizzato dentro lo stadio furono mostrate in diretta televisiva in ventinove differenti Nazioni (Chisari, 2004:209). Di seguito la testimonianza di un telespettatore i cui familiari si trovavano allo stadio (*ibid.*:209):

“I’ve seen my husband being assaulted on TV. I’ve seen my son waving his hand to be pulled off the crowd as the fence in Z block collapsed, then the camera changed shot. I feared the worst. I was panicking”.

Nel caso Heysel lo stadio diventa un teatro di terrore e panico reali, un palcoscenico mostrato in diretta televisiva. Soprattutto per chi aveva un familiare o un amico nel contesto reale dello stadio belga la violenza giunge nelle case attraverso i televisori. Non è oggetto di questa analisi individuare le cause che hanno portato alla tragedia dell'Heysel. Cause che vanno individuate, oltre che nelle pratiche violente degli hooligans inglesi, anche nella struttura dell'impianto poco adatta ad ospitare la finale di una competizione europea, alla poca preparazione delle forze dell'ordine impegnate, all'errore di vendere i biglietti per il settore Z, che crollò, sia ai tifosi italiani sia agli hooligans inglesi. Quello che a noi qui interessa è esaminare una delle concause della tragedia (le violenze del gruppo di hooligans inglesi al seguito della squadra del Liverpool) in rapporto alle immagini televisive.

Scriva Baudrillard (*ibid.*:75-76):

A simulacrum of violence, emerging less from passion and than from the screen: a violence in the nature of image. Violence exists potentially in the emptiness of the screen, in the hole the screen opens in the mental universe. [...] There is another logic at work here, too, the logic of attempted role reversal: spectators (English fans in this case) turn themselves into actors; usurping the role of the protagonists (players), under the gaze of the media.

Le immagini della tragedia dell'Heysel nel 1985 sono state fra le più diffuse immagini televisive dell'anno. Ciò rappresenta una dimensione di “**iperrealtà**” della violenza: nel caso dell'Heysel la rappresentazione della violenza attraverso gli schermi televisivi sembra aver sostituito la sua dimensione reale, diventandone il simulacro. Baudrillard (*ibid.*:78) collega inoltre la violenza degli hooligans con le politiche dell'era Thatcher, tese alla repressione:

Mrs Thatcher successfully destroyed the miners by means of just such a calculated bloody-mindedness: the strikers ended up discrediting themselves in the eyes of society. She has a similar strategy towards unemployed hooligans: it is as though she turns them into commandos herself, then sends them abroad; she condemns them, of course, but their brutality remains the very same brutality that she demonstrates in the exercise of her power.

La violenza degli hooligans è quindi teorizzata da Baudrillard come fosse una forma di riappropriazione della partecipazione, tramutata in una iperpartecipazione veicolata anche attraverso l'“essere presenti” negli schermi televisivi.

Nella tragedia relativa l'Ellis Park¹¹² avvenuta l'11 aprile 2001 morirono, schiacciate dalla folla che tentava di entrare dentro l'impianto, 43 persone. Ecco come viene descritto il derby di Soweto, Kaizer Chiefs contro Orlando Pirates, dal quotidiano di Johannesburg *The Star* e da un familiare di una delle vittime (Alegi, 2005:240):

“Everyone had to get there”, reported *The Star* “if you missed this game, you had missed

¹¹²La scelta di giocare all'Ellis Park piuttosto che al Soccer City (con maggiore capacità di folla e dentro Soweto, quindi con minori spostamenti da parte della folla al seguito del *Derby di Soweto*) fu esclusa. Scrive Alegi (2005:240) in merito: “With the relatively safer, 80,000 capacity all-seater First National Bank stadium, located between Soweto and Johannesburg, available to house this game the choice of venue appeared at first glance to be questionable. However, this venue was ruled out by Chiefs because they believed that Pirates’ magicians had ‘treated’ it with potent *umuthi* (propitiatory medicine)”. Il ruolo del Muthi nel calcio sudafricano e in altre parti d'Africa rimanda alla diffusa pratica dei riti propiziatori a sfondo magico-religioso volti a propiziare la fortuna sul campo da gioco.

the lifeblood of soccer itself.” People came from Gauteng (Johannesburg and Pretoria area) and from provinces several hundred kilometres away, such as KwaZulu-Natal, Mpumalanga and Limpopo. Predictably, trains, mini-buses and cars simultaneously emptied legions of fans into the narrow streets of gritty Doornfontein, the neighbourhood that envelops the Ellis Park sports complex. Passion for the game inspired 34-year-old Gideon Mudau, a Sundowns supporter, to travel more than 300km from Kromdraai, Limpopo to Johannesburg that ill-fated evening. ‘Soccer was a religion, and he laid down his life for it’, said his brother Nkhitheni Mudau.

La tragedia dell'Ellis Park, in cui la folla giunta per entrare allo stadio fu sottostimata nella sua densità e nelle sue dimensioni dagli organizzatori della partita (la *Premier Soccer League* e i Kaizer Chiefs, la squadra di casa), è da imputarsi a diversi errori di valutazione organizzativa che riassumo di seguito (*ibid.*: 233-234):

- L'11 aprile 2001 era un mercoledì, la partita era prevista in orario serale. Come da pratiche abituali diversi appassionati tentavano di acquistare il biglietto una volta giunti alle biglietterie dello stadio. Essendo un giorno feriale in tanti raggiunsero la zona dello stadio dopo il lavoro creandovi una folla radunatasi in brevissimo tempo e con lo stesso obiettivo (il biglietto d'ingresso o in alternativa il provare a entrare nell'impianto abusivamente, da “vie alternative”). L'affollamento interno durante la partita (che fu sospesa durante il secondo tempo) fu stimato come superiore al 25% della propria capacità effettiva.
- Quarantacinque minuti prima dell'orario d' inizio della partita un addetto alla sicurezza fece un annuncio volto a invitare la folla rimasta all'esterno dell'impianto a tornarsene a casa. Ciò scatenò violenti tentativi d' ingresso e portò gli individui precedentemente in coda a formare flussi imprevisi di folla.
- Informazioni sbagliate da parte del personale addetto alla sicurezza, poco preparato alla situazione. La folla, con o senza biglietto, fu invitata a dirigersi verso uno specifico *gate*, creando in quell'area una sorta di “muro umano”.

L'aspetto che trovo più significativo nelle questioni relative la “mancata sicurezza” nella tragedia dell'Ellis Park è così descritto da Alegi (*ibid.*:241):

At each of the pre-match operational meetings, stadium management and security companies suggested bringing a large mobile screen from neighbouring Johannesburg Stadium to Ellis Park. Apparently, **live telecasts outside the arena had mollified people shut out of previous marquee games**. At one of the pre-game security meetings, Ellis Park General Manager George Stainton warned how “it makes sense to have the screen, but it will have a cost implication for Kaizer Chiefs’. Putting profits before fans’ safety, Chiefs refused to pay their half of the R50,000 cost. ‘The idea of using the big screen’, the Ngoepe report stated, ‘was abandoned because of cost implications to Kaizer Chiefs.’ And so no screen was used.

Certo manca in questo caso la controprova “reale” ma il fatto che **uno schermo posizionato all'esterno dell'impianto sportivo avrebbe potuto “calmare” la folla**, dando la possibilità di seguire ugualmente la partita in un'atmosfera collettiva, evitando quindi stati di nervosismo e violenti tentativi d'ingresso, è una dinamica interessante nelle analisi delle folle funzionali alla progettazione di modelli utili alla loro gestione.

7.2 *Welcome Home: lo stadio come luogo identitario*

Fra gli stadi italiani un caso interessante è rappresentato dallo Juventus Stadium a Torino, di proprietà della società sportiva Juventus FC. Lo stadio è stato definito dai media come il primo stadio di proprietà in Italia. In realtà, il primo caso d'impianto privato italiano è lo Stadio Giglio a Reggio Emilia, inaugurato dalla A.C. Reggiana nel 1995.

Resta il fatto che l'impianto rappresenta, in Italia, un caso studio unico, sia per il numero dei tifosi della squadra (stimati in via approssimativa intorno ai dieci milioni d'italiani)¹¹³ sia per la rilevanza data dai media e dagli “addetti ai lavori” alla nuova struttura.

Lo stadio è stato definito nelle campagne abbonamenti della stagione 2011-2012 come “*lo stadio che cambia la cultura del calcio*”. Tale descrizione si basa sull'abolizione delle cosiddette “barriere” fra il pubblico e il campo e su un'idea relativa ai nuovi modelli d'impianto sportivo qual'è quella di creare un luogo multifunzionale, con punti commerciali e servizi di ristorazione aperti non solo nei giorni di partita, in modo da rendere lo spazio adiacente lo stadio un luogo frequentato anche nella quotidianità¹¹⁴.

¹¹³Il numero di tifosi di ogni squadra è una questione complessa in Italia soprattutto oggi in merito alla ripartizione dei diritti tv alle società sportive per numero di tifosi. Scrive il sito www.goal.com in merito. “Il problema resta la modalità di conteggio dei supporters sparsi nel paese: il gruppo delle quindici società medio-piccole ha presentato un accordo per un'indagine demoscopica con tre aziende specializzate (Doxa, Crespi e Flexi Group), ma le 5 big non sono assolutamente d'accordo e temono che ci sia qualche trappola dietro”.

¹¹⁴Vicino al nuovo stadio di Torino sorge infatti un centro commerciale denominato “Area 12”. Nel calcio il tifo è spesso considerato il dodicesimo uomo in campo, da qui il nome “Area 12”.

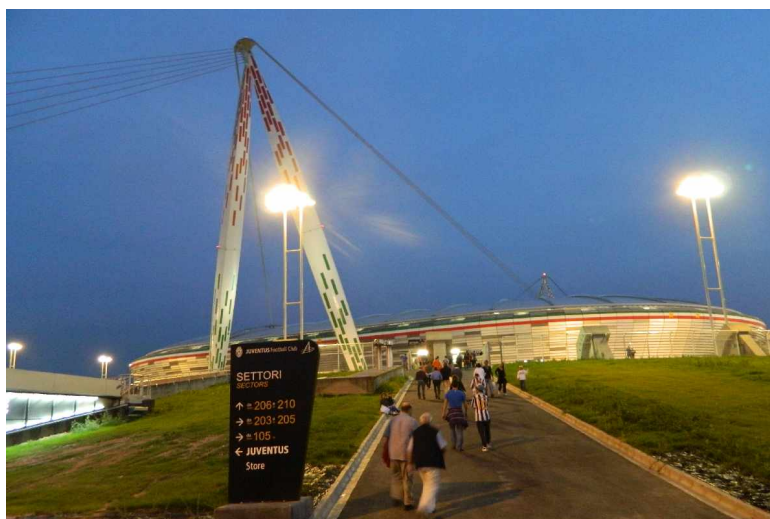


Figura 7.2: ingresso ai settori dello Juventus Stadium (foto dell'autrice)

Come al Cape Town Stadium, e come in altri stadi europei, anche al nuovo stadio di Torino ci sarà la possibilità di compiere visite guidate dentro l'impianto: il visitatore trova infatti un museo con la storia del Club, oltre alla possibilità di fare shopping del “marchio” della squadra negli *store* interni. Lo stadio diventa quindi non più solo il luogo della partita ma un polo d' attrazione turistico-commerciale. Dalle mie esperienze per gli stadi d'Italia mi sono resa conto di come, complici i voli low-cost e la facilità di reperire biglietti e informazioni online, gli stadi intesi come luoghi di sport stiano diventando oltre che dei luoghi simbolici, delle mete turistiche e delle **moderne “cattedrali” multifunzionali**. Questa tendenza mi è stata confermata da diverse conversazioni con appassionati di calcio che nel tempo libero seguono diverse squadre europee, organizzando week-end e vacanze per vedere le partite di campionati esteri e visitarne gli stadi. Un cartello per i turisti, tradotto in inglese davanti all'ingresso principale dello stadio Olimpico di Roma, recita invece “non è possibile visitare lo stadio”. La pratica dei tour organizzati dentro gli stadi è piuttosto comune in Spagna e Inghilterra, nel Sudafrica pre-Mondiale quattro tour giornalieri portavano turisti e scolaresche nei meandri interni del Cape Town Stadium, in Italia per ora tale “pratica turistica” è possibile nel nuovo stadio di Torino o durante dei giorni particolari di apertura degli impianti (è il caso per esempio delle “notti bianche” organizzate allo stadio

di San Siro).

Lo stadio, nella sua trasformazione in un luogo commerciale e turistico pare abbia in parte perso la sua sacralità, legata alla “cerimonia rituale” della partita di calcio, per divenire un contesto multifunzionale, da visitare come un tempio contemporaneo visto prima in televisione e successivamente nell'esperienza reale. Lo stadio è quindi un luogo protagonista dei *mediascapes* contemporanei (Appadurai, 1996). Le città europee vengono infatti spesso identificate con le proprie squadre di calcio; in tal senso lo stadio rappresenta un simbolo iconografico urbano. Lo stadio di Cape Town ne è un esempio lampante. La sua posizione nel tessuto urbano, fra l'oceano e il simbolo geografico di Cape Town per eccellenza, la Table Mountain, ha ridisegnato, oltre che lo *skyline* della città anche la sua immagine nei *mediascapes* globali.

Tornando agli stadi italiani lo Juventus Stadium è un interessante luogo di ricerca sul ruolo delle emozioni condivise nella costruzione identitaria, e di come, allo stesso tempo, **le emozioni veicolate dal tifo per una squadra di calcio possano riferirsi a un luogo urbano specifico**¹¹⁵. L'argomentazione antropologica rimandante alle emozioni è stata finora piuttosto tralasciata, essendo l'emozione considerata essenzialmente come “poco culturale”, mero fenomeno costitutivo la vita psichica, luogo privato dentro l'individuo, *fantasma nella macchina* (Ryle, 1949).

Pur non essendo questa la sede per affrontarli in modo approfondito numerosi interrogativi sorgono relativamente alle connessioni fra emozioni e luogo reale dello stadio quale fulcro del fenomeno del tifo: quanto per esempio l'appartenenza a una comunità immaginata e l'identità del tifoso di una squadra di calcio vadano ricondotte alle dimensioni emozionali, e attraverso quali interpretazioni e simbolismi queste dimensioni possono rapportarsi ad un “luogo

¹¹⁵ Con una delibera datata 28 ottobre 2011 il Consiglio Comunale di Torino decide di cambiare la toponomastica di una strada adiacente lo Juventus Stadium. La strada in questione, costeggiante lo stadio, da Corso Grande Torino cambia il nome in Corso Gaetano Scirea (uno dei giocatori simbolo della Juventus, scomparso in un incidente stradale). La decisione riscuote commenti positivi nelle comunità online di tifosi. Anche la via adiacente lo stadio viene così identificata in modo “ufficiale” con la squadra di calcio.

identitario urbano” come uno stadio?

La partita di calcio è per i suoi numerosi “adepti”, un forte contenitore di emozioni condivise, anche in questa caratteristica va probabilmente cercato il suo potere di messa in scena identitaria. Nell’analisi delle componenti identitarie più generali, e in quelle all’opera nel fenomeno del tifo calcistico in particolare, la differenziazione fra dimensione sostanziale e performativa dell’identità (Bromberger 1993, in Fabietti 1995) paiono compenetrarsi l’una nell’altra, in una dualità ontologicamente necessaria all’esistenza di entrambe le dimensioni.

L’identità performativa del tifoso è infatti influenzata dagli sguardi sostanziali dei tifosi di una squadra avversaria, dai mass-media e dai diversi *talk-show* a tematica calcistica. Un’espressione comune e diffusa nel giornalismo sportivo è il riferirsi al *DNA di una squadra* per indicarne le caratteristiche, il carattere, lo stile¹¹⁶. L’identità di una compagine sportiva è così sostantivata in qualcosa di fisso e immutabile, stereotipata in determinate caratteristiche ed essenze rinviati a una tradizione mitica, racchiusa in specificità immutate e immutabili nel tempo storico¹¹⁷. Per tornare al caso studio del nuovo stadio di Torino chiunque segua il calcio italiano sa quanto, dopo il caso Calciopoli dell'estate 2006, l'identità della Juventus sia stata ridiscussa, sia nella dimensione sostanziale sia in quella performativa. Il nuovo stadio della squadra assume quindi, a maggior ragione, le caratteristiche di un **luogo identitario**, dove, anche attraverso le pratiche di consumo del *brand* della squadra¹¹⁸, l'identità si sostantiva e materializza in un luogo allo stesso tempo reale e virtuale (attraverso gli schermi televisivi, i video su youtube e nelle *community* online di tifosi). In Italia questa è, a tutti gli effetti, una nuova dimensione identitaria legata ai luoghi del calcio. Non è così per

¹¹⁶ Così lo scrittore spagnolo Javier Marias: “La cosa peggiore che può capitare a una squadra è perdere il carattere; d’altronde sarebbe molto difficile per club che hanno un secolo di vita. Quindi il carattere del Barcelona è artistico e fragile, il Valencia spaccone e trattenuto. L’Athletic di Bilbao è temerario e caparbio e un pochino tormentato, come se giocasse la sua Liga contro il passato” (*Selvaggi e sentimentali. Parole di calcio*, Einaudi, 2002).

¹¹⁷ Come nota Bromberger (1995) vi è la precisa volontà dirigenziale nel mantenere il più possibile statica l’identità per esempio scegliendo giocatori che incarnino quel certo “stile della squadra”.

¹¹⁸ Dentro lo stadio è possibile infatti acquistare i prodotti (magliette, gadget vari) legati alla squadra.

esempio in Inghilterra dove, come nota Bale a proposito degli stadi inglesi (1999, anche in Carrington-Mc Donald, 2009: 163) un **sentimento di *topophilia*** lega i tifosi alla loro “casa” :

the strength of feeling that can take the stadium beyond a simple functional space for the production of football matches.

Gli studi di Mackay e Edensor e Millington (1995; 2009 in Carrington-Mc Donald, 2009) esplorano i sentimenti e le rappresentazioni dei tifosi rispettivamente dell'Hibernian (un club scozzese) e del Manchester United, dimensioni relative al come il cambiare stadio rappresenti per i suoi frequentatori una sorta di perdita di un luogo simbolo, nelle pratiche che lo contraddistinguono (come il raggiungerlo attraverso lo stesso tragitto) e nei suoi significati (come il sedersi sempre allo stesso posto in una sorta di “domesticazione individuale” dello spazio collettivo).

In Italia questa dinamica è meno scontata, essendo gli stadi italiani in maggioranza condivisi con la squadra “nemica” della stessa città. Per esempio il museo all'interno dello stadio San Siro di Milano è rappresentativo delle due squadre cittadine, Milan e Inter, con gli “oggetti di memoria” legati alle due squadre posti su lati diversi delle stesse sale. Nel caso del nuovo stadio di Torino, e guardando al futuro di altri *home ground* italiani quali luoghi identitari, le dinamiche del tifo di cui sono protagonisti quali spazi simbolici aprono numerosi interrogativi di ricerca relativi all'identificazione simbolica con l'arena di significati rappresentata da un *home ground*, luogo reale nello spazio urbano e luogo contemporaneamente virtuale, nella molteplicità delle rappresentazioni veicolate dagli schermi del “calcio televisivo”.

7.3 Gli stadi iconici del Mondiale sudafricano

Oltre alle osservazioni volte a meglio comprendere l'organizzazione della folla in un modello di stadio diverso da quello italiano, gli stadi sudafricani rappresentano scenari di significato più complessi, dove il reale delle dinamiche al suo interno si intrinseca con la dimensione iconico-virtuale veicolata dagli schermi.

In uno dei volantini distribuiti dentro al Cape Town Stadium in occasione di un evento test (di cui tratteremo più avanti in questo capitolo) si legge:

To establish and uphold the Cape Town Stadium as an iconic landmark and venue that is synonymous with a lasting spirit of hope, possibility, achievement, and pride for all who are exposed to it.

Lo stadio come un simbolo iconico negli schermi internazionali richiama quanto scrive Herzfeld (2003: 78) riferendosi all'iconicità:

L'iconicità non esiste, viene inventata. Dato che le burocrazie statali sono immensamente potenti e dispongono di enormi risorse, spesso sono in possesso anche degli strumenti (i mezzi di comunicazione, per esempio) per costruire l'iconicità, ricavandola da un variegato mondo culturale.

Una delle particolarità degli stadi ricostruiti o rinnovati per il Mondiale sudafricano è relativa al richiamo nel loro design a elementi culturali, in modo da far emergere visualmente, attraverso l'utilizzo architettonico di elementi iconico-estetici, alcune componenti della “cultura (sud)aficana”. Analizziamo questi elementi simbolici nelle loro singolarità.

Soccer City Stadium, Soweto, 94700 posti.



Demolito e ricostruito nel 2006, il Soccer City ha ospitato la cerimonia di apertura e la finale del Mondiale. Il design richiama la *cabalash*, un recipiente usato soprattutto come contenitore di bevande.

Mbombela Stadium, Nelspruit, 46.000 posti



A Nelspruit, nelle vicinanze del Parco Kruger, una delle principali attrazioni turistiche del Sudafrica, è stato costruito il Mondiale il Mbombela Stadium. Il suo design richiama le giraffe nel design esterno e le zebre nella cromaticità interna.

Ellis Park Stadium, Johannesburg, 62.000 posti



L'Ellis Park è situato in centro a Johannesburg. Il nome ufficiale dello stadio è Coca Cola Park, sponsor ufficiale dell' impianto dal 2005. L'arco, o arcobaleno, rosso (colore a richiamo del marchio Coca Cola) ha inoltre una forte valenza simbolica nella metafora del Sudafrica come “Nazione Arcobaleno”.

Moses Mabhida Stadium, Durban, 69.000 posti



L'arco della copertura richiama la forma a Y nella grafica della bandiera sudafricana. I seggiolini colorati rappresentano l'eterogeneità dei “gruppi etnici” sudafricani.

Oggi dalla sommità dell'arco a Y della copertura è possibile praticare *Bungee Jumping*, lo stadio è quindi diventato una delle attrazioni turistiche principali della città.

Green Point Stadium, Cape Town, 68.000 posti di cui 11.000 sono stati rimossi dopo il Mondiale.



Del Green Point Stadium (o Cape Town Stadium, dopo una prima fase in cui sembrava che il nome dello stadio sarebbe stato Green Point, l'amministrazione della città ha deciso di cambiarne il nome in Cape Town Stadium per far intuire subito il legame stadio-città) scriverò di seguito. La forma architettonica richiama una conchiglia dell'Atlantico.

Come nota Herzfeld (1997:93):

l'eterogeneità dell'iconicità è ciò che la rende adatta alle esigenze riduzioniste dell'ideologia: semplifica le verità scomode, complicate e confusionarie circa le diversità etniche e di altro tipo.

Gli stadi del Mondiale sudafricano sono un caso studio unico in tal senso. La riproduzione iconica, attraverso gli elementi architettonici, di **caratteristiche estetiche e di elementi simbolici della “cultura (sud)africana”** viene esteriorizzata negli stadi: cattedrali post-moderne che mostrate al mondo attraverso le riprese televisive internazionali veicolano forme stereotipiche di conoscenza di luoghi e “culture” reali. Come nota Schnell (in Frank e Stetts, 2010:111) riferendosi al modello teorizzato da Le Corbusier *La ville radieuse* (1933) i media influenzano e guidano i processi di design, e viceversa, in una sorta di *Mirror Stage* (*ibid.*: 111):

Medial image produce architecture and architecture produces medial images. The historic order in which the “solid” buildings are followed by the “ephemeral” media no longer exist. To exaggerate only slightly: Peter Weir's Truman Show exists. We are our own reality show not only in the football stadium, but also in our “ideal home”, which is itself a result of medial images.

Attraverso le componenti architettoniche e di design gli stadi rappresentano delle caratteristiche iconico-culturali che, trasmesse nella televisioni del mondo durante l'evento totale, veicolano una forma di conoscenza di stereotipati elementi culturali e naturalistici del contesto dove lo stadio viene costruito. Questo si potrebbe definire un processo di essenzializzazione culturale veicolato attraverso le componenti estetiche degli stadi.

7.3.1 Cape Town: fra la Table Mountain e l'oceano, lo stadio...

Il Cape Town Stadium è stato definito da più parti (sui media, durante conversazioni personali avvenute nei suoi paraggi) come una nuova icona della città, un simbolo cittadino veicolato attraverso le immagini dei media internazionali. Nello *skyline* di Cape Town lo stadio è da considerarsi una rappresentazione visiva che arriva a modificare l'iconicità stessa della Table Mountain come palcoscenico naturale sul suo “sfondo”. Lo stadio ha anche riscosso numerose critiche, soprattutto da parte dei residenti di Green Point, una zona residenziale piuttosto benestante.

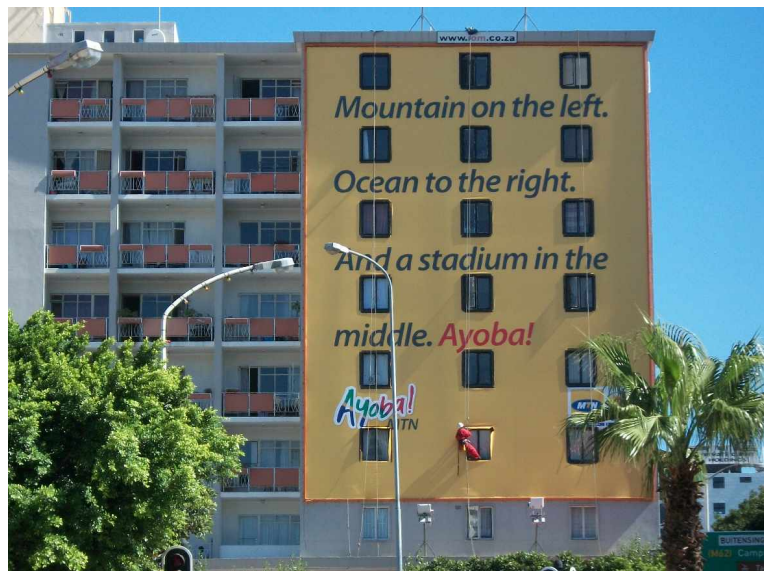


Figura 7.3: Scritta su un edificio in cima a Long Street, via centrale di Cape Town (foto dell'autrice)

Come caso-studio è foriero di spunti interessanti, sia dal punto di vista urbanistico-architettonico, sia per le tematiche dell'antropologia dei media e degli studi interdisciplinari sulle folle, essendo, a differenza dalla tendenza generale di costruire gli stadi sportivi in periferia, situato in una zona facilmente raggiungibile

a piedi, sia dalla stazione, sia dei luoghi del *City Bowl* più frequentati.

Ma la decisione finale sul dove costruire lo stadio dei Mondiali a Cape Town ha tenuto conto, più che del tessuto urbano della città, dell'**immagine mediatica che lo stadio avrebbe veicolato negli schermi globali**, in virtù del contesto circostante.

Vediamo nel dettaglio quali meccanismi portarono alla decisione di costruire lo stadio in una determinata area della città e come i *Capetonians* accolsero l'“elefante bianco”. Gli abitanti della zona di Green Point furono inizialmente in gran numero contrari alla costruzione dello stadio, sorsero infatti comitati di residenti contrari al progetto. Le decisioni relative al Green Point Stadium entrarono così, sin dal 2005 (anno in cui la FIFA chiese al Sudafrica d'indicare gli stadi, rinnovati o costruiti ex-novo, dove si sarebbe giocato il Mondiale) nell'arena pubblico-politica della città.

Il caso studio del Cape Town Stadium interseca quindi diverse dimensioni:

- 1) Urbana: relativa la sua posizione nel tessuto spaziale della città, richiamante le divisioni del *Group Area Act*.
- 2) Politica: concernente le decisioni della FIFA e del Comitato Organizzatore Locale di costituire lo stadio nella zona di Green Point.
- 3) Mediatica: la posizione scelta per la costruzione dello stadio ha tenuto conto delle interrelazioni fra *mediascapes* globali e località.

Alegi (2008) intreccia queste tre dimensioni in un' analisi sulla genesi delle decisioni politiche che hanno portato alla costruzione dello stadio proprio a Green Point. Vediamo in sintesi il perché di questa scelta da parte della Municipalità di Cape Town, La decisione finale è in contraddizione con il proposito iniziale di destinare a luogo del Mondiale prima il Newland Stadium e successivamente l'Athlone Stadium, zone della città dove, secondo il direttore del progetto Teral Cullen (in Alegi 2008: 402):

Having the World Cup at Athlone would be a catalyst for other development, which is why the City of Cape Town wants it there.

Al contrario la posizione della FIFA in proposito, emersa durante l'ispezione del 2005, era (*Ibid.*: 402):

A government official told the Mail and Guardian newspaper, FIFA delegates objected that the low-cost council housing around the Athlone Stadium would not form a suitable backdrop. **“A billion television viewers don't want to see shack and poverty on this scale [...] They [FIFA] were surprised that Green Point had only been proposed as a training venue and not as the site for a semi-final, as it was the prime location to profile South Africa and the African continent through the world's biggest football event.**

La decisione (o imposizione) della FIFA sul progetto urbano sembra quindi essersi basata sulla **questione dell'immagine televisiva che lo stadio avrebbe veicolato** nel mondo. Nonostante le proposte iniziali da parte del Comitato Organizzatore relative al rinnovamento di stadi in aree più “bisognose” di benefici economicamente tangibili, e nonostante la dibattuta arena politica che ha coinvolto i comitati di residenti dell'area di Green Point, la decisione finale di costruire a Green Point è stata sicuramente frutto anche dell'ingresso di Cape Town in quell'industria che Bélanger (in Carrington e McDonalds, 2009: 51) ha definito come:

In the networks of transnational flows of capital and information, these industries are integrated players for cities now competing intensely for spectacular urban entertainment as a strategy for growth and re-imaging as world-class cities of culture. Major League sports and sport-mega events are prime commodities of growing importance in this international entertainment economy. In many cases, they are central expressions of the contemporary mobilization of spectacle as they merge with an entrepreneurial urban economy in the economic and socio-cultural regeneration of cities.

Gli elementi naturali come la Table Mountain, l'oceano con Robben Island sullo

sfondo, fungono, come le decisioni politiche relative al Cape Town Stadium dimostrano, da palcoscenico naturale all' *Urban Sport Spectacle*¹¹⁹ transnazionale, spettacolo che trova una nuova dimensione attraverso l'immagine veicolata dagli schermi televisivi dei luoghi reali entrati nell'industria dello sport. Tali immagini rimandano direttamente alla dimensione simbolico-iconica degli stadi vista in precedenza.

Come nota Gibson (2005:175, in Carrington e Mc Donalds, 2009: 58):

New development like sports arenas, concert halls, and spectacular retail emporia are being conceived, planned and constructed not merely for the tangible economic benefits they might generate, but also, and perhaps most importantly, for their more nebulous symbolic advantages.

Inoltre (Hanningan, 1998, *ibid.*:58):

The construction of “world-class” retail-cultural developments, in other words, helps urban leaders project a powerful image of urban vitality into the international market place, thereby improving their city's changes in the intense competition for tourism, consumption dollars and new capital investment .

L'industria dello sport è quindi parte di meccanismi e interrelazioni economico-politiche più complesse. Il **concetto di “world-class”** nel caso del Mondiale in Sudafrica rimanda in parte a quelle dimensioni di dipendenza dell'Africa verso l'Occidente esplorate dalla letteratura dell'antropologia dello sviluppo (De Sardan, 1995; Rist, 1996; Escobar, 1995; Malighetti, 2005).

Ho sentito spesso definire il Cape Town Stadium come *world-class stadium*, ciò oltre che alle dimensioni dell'industria dello sport sopra esplorate, rimanda a

¹¹⁹Nella definizione di *Urban Sport Spectacle* mi riferisco a Bélanger (2009, in Carrington, Mc Donalds). La sua teorizzazione rimanda all'integrazione fra la nuova “industria del divertimento” e un “nuovo modo d'intendere l'economia urbana” basato su eventi sportivi, culturali, eventi che richiamano le folle e l'attenzione dei media; eventi funzionali a re-immaginare e ricostruire l'identità di una città, come è il caso per esempio della Torino post-industriale delle Olimpiadi invernali del 2006. Lo sport, nella sua spettacolarizzazione contemporanea, è in questa congiuntura fra i principali protagonisti.

un'idea di Africa come luogo da sviluppare su un presunto “modello occidentale”, obiettivo dell'industria dello sviluppo, quella delle NGO e delle agenzie di cooperazione internazionali. Obiettivo “evoluzionista” da raggiungere anche attraverso uno stadio *world-class* fra la montagna e l'oceano, uno stadio “moderno” da mostrare negli schermi del pianeta.

7.3.2 Eventi Test nel luogo reale

Per quanto riguarda l'organizzazione della folla dentro uno stadio è piuttosto ovvio che la scelta della sua ubicazione nel tessuto urbano ne condizioni le dinamiche di gestione della folla. Abbiamo visto in precedenza come l'interazione della folla al seguito del Mondiale a Cape Town sia stata caratterizzata da una dimensione pedonale. Di seguito descrivo alcune osservazioni svolte durante gli eventi-test precedenti il Mondiale. Tali descrizioni etnografiche aiutano a meglio comprendere il “contesto reale” del Cape Town Stadium, argomento specifico di queste pagine. Un contesto reale, come visto scelto appositamente dalle istituzioni organizzatrici l'evento per la sua “bella immagine” nella prospettiva mediatica. La descrizione degli eventi-test in oggetto integra e facilita la comprensione del luogo reale del **Cape Town Stadium, cattedrale contemporanea** protagonista, oltre che del calcio quale “ultima rappresentazione sacra del nostro tempo” (come nella definizione pasoliniana), anche di raduni religiosi, nell'accezione “tradizionale” di religione.

Dal mese di gennaio 2010 fino a un mese prima dell'inizio del Mondiale al Cape Town Stadium sono stati organizzati **quattro eventi-test** volti a migliorare e collaudare l'organizzazione della folla e del traffico automobilistico nell'area di Green Point. Ho partecipato a tre di questi eventi come osservatrice partecipante, intervistando volontari e addetti alla sicurezza, e riprendendo con videocamera le dinamiche di ingresso e di uscita dallo stadio. Non essendo ancora sul campo non ebbi la possibilità di assistere al primo evento-test inaugurale, un derby calcistico

fra le due squadre di calcio cittadine, Santos e Ajax Cape Town.

Di seguito descrivo, basandomi soprattutto sulle note di campo , i tre eventi test a cui partecipai, eventi significativi di come le cattedrali del calcio possano essere funzionali anche a manifestazioni non sportive, dai concerti ai raduni religiosi. In tutte le osservazioni ho cercato di assumere una prospettiva il più possibile interdisciplinare: con “uno sguardo” all'organizzazione della sicurezza unito a “uno sguardo” al contesto nel suo insieme.

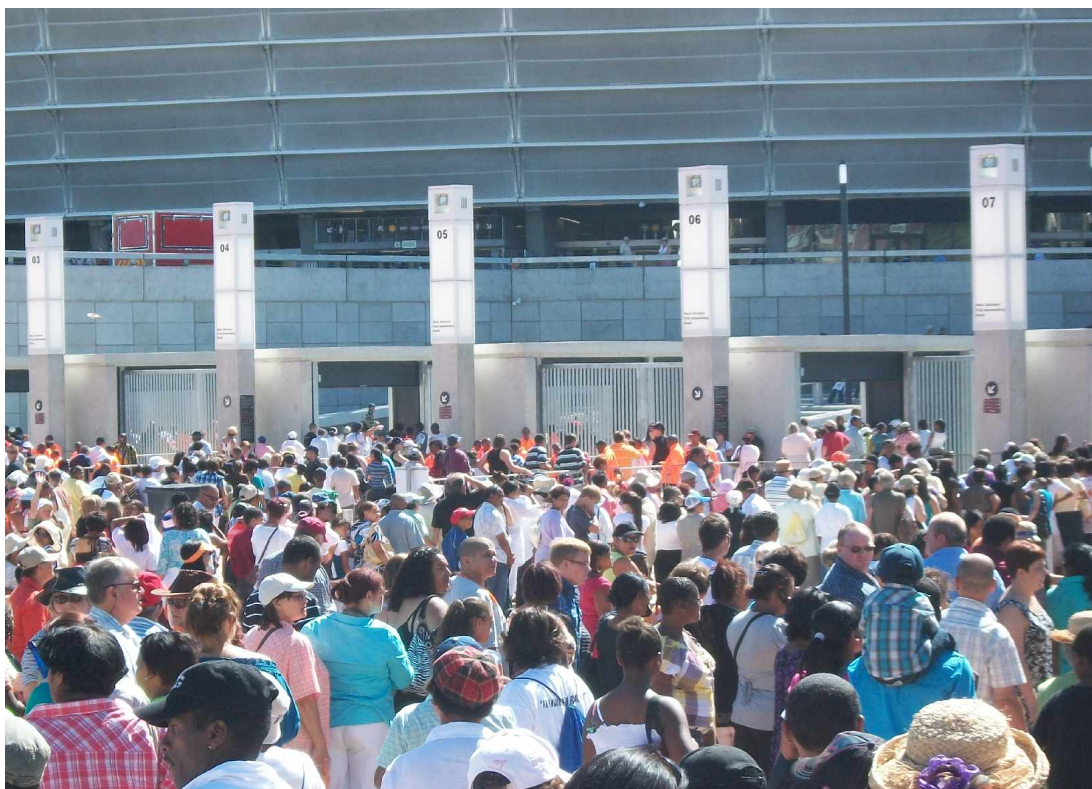


Figura 7.4: code agli ingressi durante uno degli eventi test (foto dell'autrice)

Figura 7.5: l'ingresso principale del Cape Town Stadium (foto dell'autrice)



6 febbraio 2010: **The Rugby Festival**

In modo inaspettato riesco a procurarmi l'accesso al “campo” per questo evento. Infatti mi trovavo a Cape Town solo da un paio di settimane, quando sento parlare del secondo evento test ma il sito web di Computicket, il sistema di biglietteria online sudafricano per la vendita dei tagliandi d'ingresso a varie manifestazioni, mi dava il Rugby Festival *sold out*. Decido comunque di fare un giro nei dintorni dello stadio per osservare come fosse strutturata l'organizzazione dei trasporti e della folla e intervistare qualche tifoso di rugby, sport che, come già ricordato, in Sudafrica è considerato a forte connotazione afrikaner.

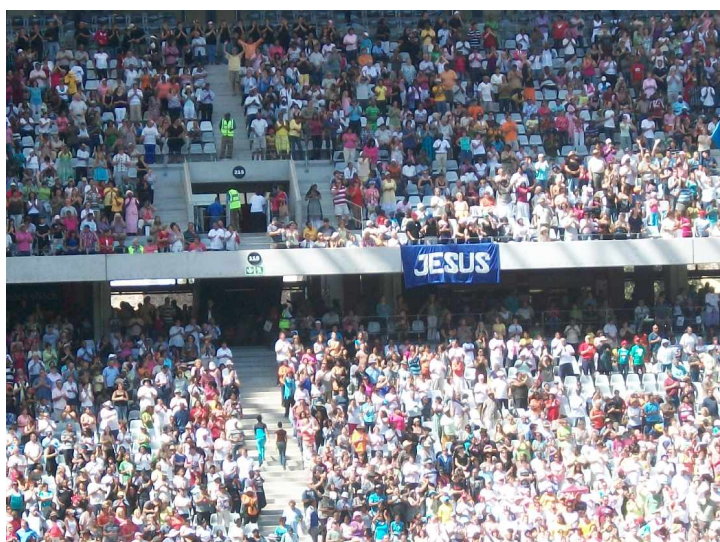
Nei pressi dello stadio riesco a comprare un biglietto da un ragazzo il cui amico aveva avuto un impegno improvviso: mi vendette il tagliando alla stessa cifra di acquisto. Quanta differenza con i prezzi decuplicati dei bagarini italiani, oggi, vista le norme legislative avverse, scomparsi dai paraggi degli stadi della serie A e ricomparsi nel web e soggetti a complicate procedure di cambi nominativo con passaggi virtuali delle fotocopie di numeri di documento.

Il mio punto di vista osservativo su questo evento fu probabilmente in larga misura condizionato dalle mie esperienze negli stadi italiani. Infatti a primo acchito ciò che mi sorprese maggiormente fu la vendita di bevande alcoliche (birra Castle, la bevanda ufficiale del Mondiale), fatto impensabile in Italia per evitare problemi relativi a stati di ubriachezza.

Nel diario di campo annotai appunti del tipo: “come avrebbero potuto tenere a bada i supporter inglesi, considerati forti bevitori, durante il Mondiale?”. Ricordiamo che spesso in Europa, in occasione di partite di Champions League, arrivano a vietare la vendita di bevande alcoliche non solo dentro gli stadi, ma anche nelle immediate vicinanze, se non in buona parte della città. Ciò porta a mettere in luce come la sicurezza di un luogo e le pratiche a essa connesse siano strettamente dipendenti dal contesto culturale. In questo caso il *profiling* della folla dei tifosi di rugby era in linea con i significati storici legati a questo sport. Quindi, la mia prima esperienza al Cape Town Stadium fu caratterizzata da uno stadio in maggioranza affollato da sudafricani bianchi.

22 marzo 2010: **Cape Town for Jesus**

Figura 7.6: tribune durante il Cape Town for Jesus (foto dell'autrice)



L'evento è a sfondo religioso, una sorta di **preghiera collettiva** di quattro ore caratterizzata da abbracci reciproci fra vicini di posto, applausi ai predicatori che si sono susseguiti sul campo e canti gospel condivisi da tutta la folla presente.

Rispetto al test precedente dedicato al rugby gli impiegati alla sicurezza dentro lo stadio erano presenti in numero notevolmente inferiore.

L'aspetto che mi sembrò di più difficile gestione in questa occasione riguardava la gestione e il movimento della folla nell'open space interno all'impianto. Un conto è infatti un evento religioso o una partita amichevole, un conto è gestire un gruppo di tifosi magari "nemici", in uno spazio di ampie dimensioni e contraddistinto dalla libertà di movimento.



Figure 7.7 e 7.8 : Open Space interno del Cape Town Stadium (foto dell'autrice)



Chiesi ad alcuni impiegati alla sicurezza e ad alcuni volontari¹²⁰ come avrebbero controllato tale spazio aperto, il quale, in parte condizionata dai miei punti di vista etnocentrici centrati sulle esperienze negli stadi italiani, mi appariva di difficile controllo e potenzialmente a rischio di risse fra gruppi di tifoserie avverse.

Alla questione che mi assillava, sul **movimento troppo libero della folla nell'open space** fra la zona degli ingressi e le tribune, mi fu risposto che durante il Mondiale, per garantire la sicurezza nello spazio in questione, sarebbero stati presenti poliziotti e personale di sicurezza in proporzioni elevate rispetto al pubblico presente.

Le riflessioni sopra riportate rappresentano una sintesi dalle annotazioni sul diario di campo (note del 24 marzo 2011) in occasione del secondo evento test al Cape Town Stadium, un'osservazione partecipante coincidente con i primi due mesi di

¹²⁰ La campagna volontari per il Mondiale è iniziata nel 2009 anche nelle università. Sono stati impiegati al di fuori e all'interno degli stadio con il compito di dare informazioni sulle direzioni e sull'orientamento dentro e fuori gli impianti e su come usare i mezzi pubblici all'uscita da Green Point. Sostanzialmente quella dei volontari era una funzione informativa all'interno delle logistiche organizzative che hanno delegato la sicurezza alla Polizia Pubblica e a Società di sicurezza private. In totale i volontari reclutati per il Mondiale al Green Point Stadium furono circa ottocento, al *Cape Town for Jesus* erano presenti in duecento per svolgere una sorta di training di preparazione.

campo. Dopo altre svariate osservazioni partecipanti negli stadi di Cape Town ho potuto constatare quanto le note scritte quel 23 marzo fossero “accecate” dalla mia frequentazione degli stadi italiani, dove la principale problematica relativa la folla e la sua gestione riguarda l'evitare incidenti fra le tifoserie avversarie e far rispettare a ognuno il proprio settore e posto a sedere. Quelle note di campo erano quindi etnocentriche, non consideravano che la “cultura africana” del calcio difficilmente sfocia in scontri fra tifoserie avversarie, le quali non sono caratterizzate da contrapposizioni a degenerazione violenta, talvolta insite nelle dinamiche identitarie del “tifare contro”. L'identità, africana e sudafricana, veicolata dai “campi” di calcio è relativa al sentirsi appassionati di uno stesso sport, quasi come se si fosse membri di una stessa Chiesa.

10 aprile 2010: **Cape Town International under 20 Soccer Challenge**

Fu la vera prova generale del Mondiale, sia perché è stato un evento di calcio, sia per l'organizzazione e il profilo della folla partecipante. Le vuvuzelas e la relativa interazione sonora è stata la dinamica più interessante rilevata durante l'osservazione partecipante a questo test.

Anche la “Olà” (o *Mexican wave*), uno dei “rituali” da stadio più conosciuti e un modo di interazione fisico del pubblico con se stesso e con lo spazio delle tribune, è stata ripetutamente eseguita. Un altro aspetto interessante di questo evento-test è stata l'organizzazione dei trasporti. Gran parte del pubblico (il *profiling* della folla anche qui risente delle categorie etniche pilastro dell'identità sudafricana) era composto da neri e coloureds. Il sistema di trasporti messo in atto prevedeva l'utilizzo di pullman delle linee di trasporto pubbliche, riorganizzate come servizio di trasporto dalle township allo stadio.

In questo caso i mega schermi posizionati dentro lo stadio in cima alle tribune del terzo anello sono stati utilizzati come strumento d'informazione sugli spostamenti della folla dopo la partita, nell'indicare per esempio l'orario dei treni (figura 7.9).



Figura 7.9: indicazione degli orari dei mezzi pubblici sui mega schermi del Cape Town Stadium

Gli schermi, nella loro interazione con il campo, hanno quindi rappresentato anche uno strumento nell'organizzazione delle dinamiche della folla nello spazio urbano al di fuori dello stadio, evitando eventuali problematiche relative alla scarsità d' informazioni sui trasporti pubblici e mostrando come, dato lo stadio durante gli eventi diviene una sorta di dislocato centro cittadino, è auspicabile una comunanza organizzativa a più livelli d'interazione fra le istituzioni preposte all'organizzazione dell'evento.

7.4 Athlone Stadium e le telecamere televisive

L'Athlone Stadium di Cape Town sorge nel sobborgo di Athlone, zona della città abitata soprattutto dalla *working class* coloured¹²¹. È lo stadio dove durante la mia ricerca sul campo l'Ajax Cape Town giocava le partite “in casa”.

Figura 7.10: Athlone Stadium (immagine dal sito www.capetown.gov.za)



L'Ajax Cape Town, squadra di cui ho già scritto precedentemente in questo lavoro, è stata fondata nel 1999 da una “fusione” fra le squadre dei Cape Town Spurs e dei Seven Stars. Inizialmente l'Ajax Cape Town ha rappresentato soprattutto un club “satellite” dell'Ajax Amsterdam¹²², ovvero un'accademia-calcio i cui migliori talenti, dopo essere stati formati in Sudafrica, venivano ingaggiati in Olanda. Dalla mia esperienza con i tifosi dell'Ajax Cape Town è emerso come oggi il club abbia assunto un' “identità locale propria”, identità che prescinde dal

¹²¹ Athlone fu dichiarata *Coloured Area* nel 1957

¹²² A proposito dell'Ajax Amsterdam e dei suoi legami identitari con la popolazione olandese di origine ebraica segnalo l'interessante lavoro di Simon Kuper: *Ajax, la squadra del ghetto*.

rapporto con la “squadra sorella” olandese. Sugli spalti talvolta compaiono anche le bandiere dell'Ajax Amsterdam ma il riferimento alla squadra olandese è in genere piuttosto raro nelle conversazioni relative l'Ajax Cape Town. Il club in poco più di dieci anni ha riscosso grande popolarità in città. Nel 2001 è stato fondato l'Ajax Supporters' Club, oggi organizzato in più di trenta sedi sul territorio di Città del Capo. Il soprannome della squadra è *Urban Warriors* : prima di ogni partita un gladiatore vestito di bianco-rosso, i colori dell'Ajax, si esibisce intorno alle tribune.

Inizialmente frequentai la zona di Athlone (nell'area dei Cape Flats) , o meglio i suoi campi di calcio, accompagnata da Abutu, un arbitro della SAFA (la Federazione calcio sudafricana) conosciuto attraverso un giro di conoscenze impegnate nell'organizzazione della *Homeless World Cup*, una manifestazione annuale che prevede un torneo di calcio fra la Nazionali dei senzatetto di sessantaquattro Nazioni partecipanti¹²³. Abutu aveva partecipato a tutte le edizioni della HWC in qualità di arbitro. La mia amicizia con Abutu si può ben definire frutto di un *globalscape* (Appadurai, 1990) centrato attorno alla molteplicità dei luoghi dove rotola un pallone e che trova proseguimento nella virtualità dei contatti attraverso le dinamiche dei social network e delle mailing-list a tematica “football”.

Introdotta quindi negli “ambienti del calcio” della zona di Athlone, in un “giorno di partita”, conobbi alcuni rappresentanti del fan club ufficiale dell'Ajax Cape Town. Mi iscrissi al Club lasciando una quota che sarebbe servita come finanziamento delle attività dei tifosi, attività che comprendono l'*Ajax Soccer Academy*, un'accademia calcio che attraverso lo sport aiuta tanti giovani di zone disagiate a stare lontano dalle gang di strada. L'attività sportiva dell'Ajax si

¹²³ L'opinione che mi sono fatta della *Homeless World Cup* è che, come “l'industria dello sviluppo”, per certi versi serva più agli organizzatori che ai partecipanti. Parlando con alcuni senzatetto di Cape Town partecipanti a diverse edizioni, mi è stato riportato che l'HWC è un'esperienza unica e interessante che serve ad accrescere la fiducia in se stessi. La problematicità principale è che dopo l'evento (supportato da Football for Hope, un NGO scozzese, pressoché l'unico finanziatore della manifestazione) non sono previsti fondi o supporti concreti per continuare l'attività sportiva dei partecipanti. L'edizione 2009 della *Homeless World Cup* si svolse all'Arena Civica di Milano.

propone anche come un punto di riferimento per alcuni progetti comunitari in cui il calcio svolge una funzione educativa. Dopo essere diventata un membro del Supporter Club seguiti, sia nei mesi precedenti il Mondiale sia nel periodo fra gennaio e febbraio 2011, diverse partite con alcuni iscritti al club. Prima delle gare all'Athlone Stadium ricevevo, anche più volte, il seguente messaggio telefonico:

If you wearing Red and White tonite then you must be an Ajax Cape Town fan sitting in the East Stand at Athlone Stadium.

Alle mie richieste di delucidazioni sul perché tutti i tifosi dell'Ajax dovessero sedersi nella tribuna est mi fu spiegato che le telecamere della SABC sono sul lato ovest, quindi se tutti i tifosi si siedono sul lato est **il tifo per l'Ajax viene mostrato negli schermi televisivi.**

Come nota Schnell (in Frank e Steets, 2010:103) quindi:

The fact that television broadcast football matches, sometimes even lives, did not have a negative effect on stadium attendance, in fact, the opposite is the case: is actually motivated attendance. People flowed into stadia not *despite* the fact that the match that the match was being shown on television , but rather *because* the cameras were in the stadium. The explanation is, at first, simple: as well as images of the game, the television cameras are increasingly showing images of the spectators in the stands, even in close-up. And what could be more attractive to the public than the notion of one day appearing on television? Thus, television can fulfil the function of being mirrored even more effectively than the perfect architectural form referred by Goethe - “the simplicity of the oval”: the public sees itself, or rather, is aware that it is being seen by the cameras and therefore by the “other” spectators on their television screens.

Inoltre i tifosi dell'Ajax coi quali incitavo la squadra sulle tribune dell'Athlone Stadium lamentavano il fatto che la SABC, la televisione di Stato sudafricana, trasmettesse più spesso le dirette di squadre come gli Orlando Pirates e i Kaizer

Chiefs, squadre dall'identità più legata all'essere “neri” e alla città di Johannesburg.

L'identità dei tifosi dell'Ajax Cape Town si esterna quindi in una dinamica riferibile sia alla realtà dello stadio di Athlone sia alla virtualità degli schermi televisivi ove apparire con le bandiere e le magliette della propria squadra. Nell'essere ripresi dalle telecamere i tifosi dell'Ajax vengono riconosciuti “dall'esterno”, nelle loro pratiche sugli spalti e nei colori coi quali, da tifosi, si identificano.

Figura 7.11: tifosi dell'Ajax Cape Town sulle tribune dell'Athlone Stadium (foto dell'autrice)



Dalla stagione 2011/2012 l'Ajax Cape Town ha spostato il suo *home ground* dall'Athlone al Cape Town Stadium. Come tale “trasloco” possa incidere sulle dinamiche e sull'identità mediatica-reale dei tifosi della squadra è un futuro e appassionante argomento di ricerca.

Un altro interrogativo, emerso in modo netto dalla mia osservazione partecipante sugli spalti dell'Athlone Stadium, è relativo a **come i mezzi di comunicazione influenzino le pratiche delle comunità di tifosi**. Infatti, come visto, attraverso la rete di sms telefonici veniva consigliato ai supporter dell'Ajax di sedersi sulla stessa tribuna dello stadio. Uno stadio non è più quindi solo un luogo dove le dinamiche della folla avvengono nel tempo reale della partita. Tali pratiche possono essere preparate e coordinate precedentemente, oggi soprattutto attraverso i mezzi di comunicazione. Lo stadio quale luogo urbano, reale e iconico allo stesso tempo, è immerso in complesse circolarità d'informazioni e significati. Lo stadio, arena contemporanea post-moderna, è quindi un luogo multi-situato nel reale e nel virtuale degli attuali modi d'interazione delle folle umane.

7.5 Fra il blog e il diario di campo: *Supporters from South Africa*: fra il Rugby e il Soccer, due stadi e “culture” dello spettacolo sportivo

Sabato 6 febbraio 2010. Il popolo del rugby si è dato appuntamento nel nuovo Cape Town Stadium, costruito a tempo di record nella zona residenziale di Green Point, area benestante della città. Il tentativo di acquisto del biglietto, una quindicina di giorni prima, per la sfida fra Boland Inv. Xv e gli Stormers, si è rivelato inutile: sold out, 40.000 ticket venduti. Il nuovo stadio che ospiterà 68.000 persone per la Coppa del Mondo è infatti in fase di test, quindi, oltre a non essere del tutto terminati i lavori, si vendono meno tagliandi rispetto alla capienza effettiva per iniziare ad accertarsi che l'organizzazione funzioni. Curiosando agli ingressi e, con tempismo fortuito, trovo chi mi vende un biglietto allo stesso prezzo d'acquisto, incredibile per chi è abituato ai bagarini italiani. Riesco così ad entrare, nella seconda ufficiale occasione di apertura alle folle, in quello che è

considerato uno degli stadi più eccezionali al mondo per la sua posizione geografica, fra la Table Mountain, Robben Island e due oceani. L'ingresso mi accoglie con un mini concerto in un piazzale brulicante e allo stesso tempo estremamente rilassato e pacato. La cosa che forse più colpisce chi, abituato al calcio, segue per la prima volta un incontro di rugby, è il poco *pathos* dei tifosi. Anche a partita iniziata un via vai continuo fra le gradinate e i punti ristoro, giri di birre che si alternano a sandwich e mangerie varie. Forse dipende dalle regole strutturali del gioco stesso, nel rugby ci si alza per procurarsi la canonica birra rischiando di perdersi una meta al massimo, nessuno vorrebbe perdersi forse l'unico goal dei novanta minuti, pur se per soddisfare desideri alimentari.

Ma soprattutto, la cosa che più colpisce seguendo il rugby, è come la prima partita di questo sport a me incomprensibile, al Cape Town Stadium sia stata seguita soprattutto dalla parte "bianca" della città. Pochi coloureds e neri in giro, a parte lo staff dei punti ristoro, gli addetti alla sicurezza e i gentilissimi steward. A rigore di cronaca la partita è stata vinta dagli Stormers, la squadra di Cape Town, troppi i punti che si danno nel rugby per potersi ricordare il punteggio.

Durante il discorso pre-partita l'ex sindaca della città e attuale presidente della Provincia del Western Cape, Helen Zille, ha imitato Obama urlando ai 40.000: *"This is the future of Cape Town, Africa can do everything and in 2010 we'll show the world: Yes we can"*, esempio di come la politica entri sempre più negli stadi, anche attraverso manifestazioni d'inaugurazione o, in Africa, attraverso le parate presidenziali.

Il divieto scritto all'ingresso di portare dentro il Cape Town Stadium la bandiera del vecchio Sudafrica parrebbe un segnale di speranza, segnale che cinicamente può sembrare pura retorica passando nei pressi delle townships. Ma, del resto Mandela è stato liberato da quella Robben Island a pochi chilometri di oceano da Green Point l'undici febbraio di "soli" vent'anni fa.

Tutt'altra musica, da diversi punti di vista, il giorno dopo, all'Athlone Stadium, in una zona più periferica. Nessun problema a procurarsi biglietti, nessun sold out, prezzo d'ingresso venti rand, l'equivalente di due euro, per seguire Ajax Cape

Town (succursale sudafricana dell'Ajax Amsterdam) contro Mamelodi Sundowns, dal nome della township Mamelodi a Pretoria.

Avendo un biglietto in più decido di barattarlo con una vuvuzela, quelle trombette che fanno tanto tifo africano e che durante la *Confederation Cup* qualcuno proponeva di vietare, dato disturbano le telecronache. Tutt'altra musica appunto, quella delle vuvuzelas che a tratti t'impediscono qualsiasi tentativo di conversazione, e tutt'altro colore della pelle sugli spalti. Qui, finalmente, dopo l'esperienza troppo pacata e alcolica del rugby, il *pathos* dei supporter è più simile a quello del calcio, *pathos* che mi fa dimenticare la sensazione di "spaesamento" che avevo provato seguendo il rugby a Green Point (spaesamento probabilmente relativo al trovarmi a vedere dal vivo, per la prima volta nella mia vita, una partita di rugby piuttosto che trovarmi in uno stadio a me sconosciuto, del resto era la mia "prima volta" anche all'Athlone Stadium). Il tifo sugli spalti sembra quasi un carnevale, fra tifosi che ballano a ritmo, qualcuno dell'Ajax dipinto di "arancione Olanda", bandiere e magliette delle due squadre mischiate sugli spalti. Il Sundowns vinse 1-0 per la gioia dei tifosi all'Athlone, in maggioranza per la squadra ospite, fatto generalmente insolito. A parte le mie supposizioni sul fatto che l'Ajax possa essere considerata una squadra d'importazione post-coloniale, un'altra spiegazione me l'ha fornita un vicino di posto: i Sundowns, più banalmente, giocano un ottimo calcio, tanti di loro sono nei Bafana Bafana, la nazionale del nuovo Sudafrica che cerca, anche attraverso lo sport, riscatto e oblio¹²⁴.

¹²⁴Queste osservazioni iniziali (il 6 febbraio 2010 mi trovavo a Cape Town da neanche due settimane) vanno ricondotte a quanto scritto nel Capitolo 3 sulle identità dei tifosi sudafricani, veicolate attraverso le rappresentazioni mediatiche dello sport. L'Ajax è una squadra a maggioranza di tifosi coloured quando la percezione generale è infatti che il calcio "appartenga ai neri". Il Sundowns, squadra della township nera di Mamelodi a Pretoria, riscuote quindi un tifo appassionato anche fra la popolazione nera di Cape Town.

Conclusioni

Il Sudafrica è un luogo con un enorme, complicato ed enigmatico fascino per chiunque voglia eleggerlo a proprio campo di ricerca antropologica. Il futuro del Sudafrica, nelle previsioni dei suoi abitanti, degli intellettuali, della folla nella sua intelligenza collettiva, potrà essere catastrofico o potrà essere un esempio di democrazia, sviluppo economico e pace sociale per tutto il Continente Africa. Alcuni sostengono che, quando morirà Nelson Mandela, il *New South Africa* sarà messo a dura prova. Madiba, pur essendo oggi lontano dalla scena politica, non lo è nell'immaginario dei sudafricani e del mondo intero. Rappresenta un'icona mediatica, culturale e politica. La sua morte potrebbe porre la società sudafricana di fronte alle contraddizioni esplorate in questa Tesi, contraddizioni che il Mondiale di calcio, e il calcio quale lente di lettura della società nel suo insieme, ha contemporaneamente occultato e messo in luce. In relazione a ciò più volte mi sono chiesta se la costruzione delle identità in relazione agli eventi sportivi (e teoricamente, più in generale, in relazione agli "eventi totali") possa costituire solo una costruzione contemporanea all'evento o in qualche modo essere una componente duratura e costante nel divenire storico. I fatti esplorati in questa tesi portano a optare per la prima ipotesi. Nelle interpretazioni dell'identità come se fosse una sorta di "vestito" metaforico, sempre situazionale e temporaneo, un evento "totale" ne mette in luce i meccanismi e le contraddizioni più profonde. In questo senso l'identità sudafricana veicolata dai media (locali e internazionali) durante il Mondiale rappresenta ciò che il Sudafrica vorrebbe essere: uno Stato multiculturale che in sedici anni è stato capace di non lasciarsi sopraffare dalla propria storia violenta, un luogo proiettato di continuo verso una nuova concezione identitaria di se stesso. In questo processo i media hanno svolto un ruolo fondamentale, ricreando le identità nella composizione di una propria audience o, al contrario, creando un'identità collettiva volta a far circolare, durante il Mondiale 2010, la rappresentazione di un Sudafrica unito e coeso nell'affrontare

gli sguardi del mondo.

Ho una personale idiosincrasia per le conclusioni “chiuse”, preferisco pertanto proporre alcuni spunti di ricerca e alcune riflessioni interdisciplinari emerse durante questa Tesi.

Una questione aperta e centrale è relativa a quanto la performance culturale di un Mondiale di calcio possa avere un effetto duraturo nelle pratiche sociali e nella credenza alle narrazioni di cui la performance è protagonista. Tali pratiche e credenze nel Sudafrica della World Cup riguardano numerosi aspetti della vita sociale: la riappropriazione degli spazi pubblici in zone ad alto tasso di microcriminalità, un Sudafrica unito nella multietnicità, la negazione dall'afropessimismo occidentale, un'immagine positiva del Sudafrica agli occhi del mondo.

Lo studio di un evento mediale coinvolge tematiche più ampie sulle relazioni fra la memoria collettiva dello stesso, l'identità e i mass media (quale principale strumento di fruizione dello sport nella comunità immaginata). Mi affascina pensare che i più potenti “supporti di memoria” saranno, in un domani non troppo lontano (o forse lo sono già per alcune generazioni e in alcune parti del mondo?), la rete Web nelle sue modalità di conservazione di testi, immagini e videoregistrazioni. In questo senso lo sport e le sue immagini, in quanto narrazioni medialì e sociali, potranno divenire i principali protagonisti delle memorie collettive, condivise attraverso le reti della comunicazione globale.

Anche le immagini delle folle al seguito del Mondiale sudafricano hanno costituito una parte fondamentale delle narrazioni dei media locali. Il nesso teorico più interessante fra le folle reali e le rappresentazioni delle folle veicolate dai media è relativo alle connessioni che possono scaturire dall'incontro fra le due dimensioni che, differenti ma in qualche modo interdipendenti, costituiscono le principali dinamiche umane della folla, reale o “mediale”. Questo processo è caratteristico degli stadi come luoghi di connessione fra la dimensione “terrena” del calcio e i simbolismi che il luogo dello stadio veicola attraverso i media internazionali. Quanto le folle che frequentano gli stadi possono essere influenzate

dalla dimensione televisiva dello sport, dalle immagini della folla umana dentro lo stadio o nei luoghi delle manifestazioni sportive?

Gli stadi, luoghi del calcio globale, possono essere senz'altro considerati come moderne cattedrali dove il reale delle pratiche al loro interno e i simbolismi di cui sono portatori s'intrecciano attraverso le rappresentazioni delle loro dimensioni mediali. Il caso studio del Cape Town Stadium è paradigmatico in questo senso. Uno stadio costruito su ordine dell' "istituzione governante" l'evento del Mondiale di calcio in una zona della città scelta proprio perché portatrice di una rappresentazione mediatica accattivante e unica al mondo. Le connessioni fra le dimensioni mediali-virtuali e le dinamiche sui luoghi reali del calcio non si limitano semplicemente alle rappresentazioni legate agli stadi, arene di significati da interpretare "fra il campo e lo schermo".

In larga parte ancora inesplorato è lo scenario delle comunità virtuali unite dalla "Fede" per una squadra di calcio, comunità che interagiscono attraverso le recenti possibilità di comunicazione umana e che, tramite la comunicazione in rete, possono organizzare pratiche e interazioni nei luoghi reali degli stadi. Attraverso i forum di tifosi (o come si è visto nel caso dell'Ajax Cape Town complice la rete di messaggi telefonici per convogliare un maggior numero di tifosi su una delle tribune dello stadio), i significati identitari veicolati attraverso la comunicazione fra i membri di un gruppo legati dalla stessa "Fede" sportiva e le pratiche comunitarie (striscioni, cori, zone dello stadio scelte) nei luoghi reali di un evento sportivo divengono dimensioni strettamente interconnesse.

Caratterizzate da dimensioni e significati interconnessi fra il mediale e il reale sono altresì le pratiche della folla al seguito dell'evento globale "Sudafrica 2010". La folla rappresentata dai media locali diventa una parte fondamentale della narrazione dell'evento all'interno di rappresentazioni che mantengono le categorie etnico-razziali dell'apartheid: la folla di bianchi a Soweto per seguire il rugby o la folla multiculturale del Mondiale per le strade di Cape Town e nel Fan Park. Una folla che, come le code ai seggi elettorali il 27 aprile 1994, giorno delle prime elezioni libere in Sudafrica, sarà ricordata a lungo nelle memorie collettive.

Quindi, durante Sudafrica 2010, anche per quanto riguarda la folla e la sua organizzazione molto significativa è stata la connessione fra la sua dimensione mediale e la dimensione reale. Dalle modalità di accesso ai biglietti per lo stadio dipendenti dal *digital divide*, alle informazioni veicolate dai media sui luoghi pubblici di fruizione dell'evento, al ruolo degli schermi nei luoghi affollati e negli stadi, le dinamiche reali della folla durante gli eventi “totali” necessitano di essere analizzate, oltre che in una prospettiva comparativa, nelle loro connessioni fra le pratiche d'interazione umana reale e le dimensioni comunicative virtuali-mediali che spesso nella folla ricombinano e influenzano azioni e dinamiche.

Un evento mediale non può essere quindi interpretato senza considerarne le eterogenee e interrelate dimensioni glocali che, nel caso Sudafrica 2010, rimandano altresì ai significati identitari dello sport nelle dinamiche storiche della “Nazione Arcobaleno” e agli immaginari del continente Africa veicolati dai *mediascapes* globali. Il “calcio moderno” è una componente fondamentale nelle reti di significato globali, una componente che in Africa rimanda altresì ai vecchi e nuovi rapporti coloniali.

Resta aperta una domanda: perché e come in Sudafrica, in Italia e in tante altre parti del mondo, nonostante gli scandali, le ingiustizie, i ripetuti episodi di corruzione, la Fede sportiva nel calcio, il suo seguito negli “eventi totali”, non appaiano mai in discussione. Forse, semplicemente, come ricorda Michel Platini, calciatore negli anni Ottanta e probabile futuro presidente dell'istituzione governante il calcio mondiale: “la gente ama il calcio perché non ha nessuna verità e nessuna legge”.

APPENDICE: Risorse online d'informazione/interazione e ricerca sui campi di calcio

In questa appendice intendo sviluppare una riflessione sull'uso delle risorse online utili ai miei argomenti di ricerca, e su come tale risorsa si sia vorticosamente ampliata negli ultimi dieci anni, periodo di tempo durante il quale ho scritto, oltre a questa, due altre Tesi, una di Laurea quadriennale e una di Laurea Specialistica¹²⁵. Allo scopo di riflettere sulle risorse online nella ricerca socio-antropologica effettuerò una comparazione fra le tre mie diverse esperienze di ricerca e scrittura in relazione all'uso di strumenti di ricerca online e alle relazioni con gli informatori via e-mail o attraverso social network quali Facebook o Twitter. Anche l'uso di siti di condivisione video quali Youtube e la possibilità di accedere ai media d'interesse (radio, quotidiani etc.) via internet hanno modificato temporalità e pratiche nella ricerca etnografica.

Ricordo quando, dodici anni fa circa, lavorai a una ricerca sulle tematiche della Guerra Fredda per l'esame di storia contemporanea. Si trattava di scegliere un anno di riferimento e fare ricerca sull'argomento consultando un quotidiano dell'epoca.

Scelsi l'anno 1976 e il *Corriere della Sera*. Tale lavoro richiese una presenza quotidiana alla Biblioteca Centrale dell'Università di Pavia e un lavoro non solo intellettuale ma altresì “fisico”, di ricerca-spostamenti dei plichi dei quotidiani, oltre allo sfoglio completo e manuale dell'annata del quotidiano in questione per trovare gli articoli di riferimento.

Ripensandoci sembra incredibile come, in poco più di dieci anni, la stessa metodologia di ricerca (su fonti giornalistiche in questo caso) si sia velocizzata e automatizzata. Vado sul sito di un qualsiasi quotidiano d'interesse, italiano o

¹²⁵Università degli Studi di Pavia, A.A. 1999-2000, Corso di Laurea in Filosofia, *Logiche Meticce. Sguardi critici sull'etnologia francese. Contributi di Jean-Loup Amselle*. Università di Milano-Bicocca, A.A. 2006-2007, Corso di Laurea Specialistica in Scienze Antropologiche ed Etnologiche, *Football. Fra gioco identitario ed immaginari mondiali*.

straniero, digito la parola chiave, nel caso di questa Tesi “Sudafrica, Mondiale, o calcio” e immediatamente, su un periodo cronologico impostato in precedenza, ho la possibilità di leggere tutti gli articoli giornalistici usciti sull'argomento e, se voglio, fare un'analisi comparativa fra gli articoli pubblicati sulla stampa italiana e quelli sulla stampa francese o anglosassone. Fino a dieci anni fa, o anche meno, (la possibilità di accedere agli archivi storici dei quotidiani è infatti piuttosto recente) avrei dovuto viaggiare fra Francia, Inghilterra e Biblioteche italiane per poter compiere una ricerca comparativa sui contenuti giornalistici in relazione a un argomento specifico. Ciò avrebbe quindi potuto essere argomento centrale e unico di una Tesi, non fosse altro per i tempi tecnici e pratici di ricerca dagli archivi. In questo caso invece tale analisi occupa solo parte di un capitolo, certo con una consapevolezza di parzialità dovuta al non esserne l'argomento centrale ma solo una piccola parte d'approfondimento volta a meglio comprendere il tutto. Senza le risorse online questa piccola parte analitica non sarebbe stata probabilmente possibile.

Nella ricerca sulle fonti giornalistiche la versione online permette inoltre di leggere i commenti dei lettori. Certo è necessario, per chi fa etnografia online, avere ben presente come ciò possa essere fuorviante nella raccolta di diversi punti di vista su un argomento. Infatti, chi scrive commenti su un articolo giornalistico, soprattutto in contesti diversi da quello euro-americano dove la maggior parte della popolazione non ha accesso alla rete, spesso appartiene a una determinata classe socio-economica, in Sudafrica identificabile soprattutto con i sudafricani bianchi o comunque neri benestanti. Difficile che un residente nella township di Imizamo Yethu (dove, come mi raccontò un informatore nella maggior parte dei casi l'unico media presente nelle case è “una piccola radio”) lasci commenti sul sito del *Cape Times*. Un rischio dell'etnografia online può essere quindi relativo al confondere punti di vista di un gruppo particolare con punti di vista più generali e rappresentativi di “contesti umani” differenti. In questo senso le ricerche anche statistiche sulle audience di un determinato canale media possono fornire un valido supporto alla parte qualitativa.

Nell'etnografia online è, a mio parere, importante tener presente come i gruppi di discussione, anche se strutturati in parte sulla possibilità economica di accesso ad internet, o sulla base delle idee politiche del quotidiano commentato, vadano considerati un punto di vista particolare. Non credo l'etnografia online possa sostituire *in toto* l'etnografia tradizionale, fatta di osservazione partecipante, frequentazioni durature, interviste e condivisione di esperienze. Piuttosto l'etnografia in rete, sui commenti dei lettori di un quotidiano, su social network come Facebook o su forum dedicati ad argomenti specifici, possono essere utili strumenti per avere un'idea di base su opinioni e interpretazioni e per “integrare” la ricerca sul campo “reale” fatta di osservazione delle pratiche reali di interazione. Questo è tanto più vero nel caso dello studio etnografico di una partita di calcio in un'arena simbolica qual'è uno stadio dove metodologicamente può risultare difficile riuscire a intrattenere una discussione o fare un'intervista che vada oltre i pochi minuti, vista la concentrazione collettiva sull'evento sportivo. Quindi l'osservazione partecipante dentro gli stadi, o al Fan Park dei Mondiali di calcio sudafricani, ha trovato valido strumento integrativo di ricerca nei commenti e nelle discussioni radio (soprattutto in contesti africani la radio rappresenta un importante strumento di comunicazione e dibattito). Certo le dinamiche d'interazione di un gruppo di discussione in internet sono diverse dai commenti *on air* su un argomento specifico. In un forum in rete chi scrive ha più tempo per pensare il proprio punto di vista, l'interazione con gli altri utenti è la dinamica comunicativa principale, dinamica che crea un senso di comunità virtuale.

Nel caso della ricerca in contesti come gli stadi italiani i forum in rete dei tifosi e del mondo Ultras permettono di raccogliere questioni e problematiche particolari relative a un'affollata arena simbolica dove i significati e le pratiche sono diverse a seconda della zona dello stadio (curva o tribune per esempio) . Essendo il ricercatore nel contesto-stadio comunque spazialmente situato in una determinata zona è osservatore partecipante di significati e pratiche specifiche legate alla particolare area di riferimento (appunto curva o tribuna, sala stampa, piazzale

esterno etc. etc.). Integrare i commenti online con l'osservazione partecipante allo stadio è una metodologia che senza dubbio permette un miglior approfondimento delle questioni legate ai movimenti spaziali e ai significati simbolici di un impianto sportivo nella sua globalità.

Non così è stato durante il lavoro etnografico nei due stadi di Cape Town. Se le risorse online durante il Mondiale potevano essere utili nell'approfondimento di eterogenei punti di vista sull'immagine internazionale del Sudafrica, per quanto riguarda il campionato locale non ho trovato nessun forum di discussione in rete che potesse essere di ausilio integrativo nella comprensione più generale delle pratiche dentro gli impianti sportivi. Non è così invece per il mondo del calcio italiano, dove ampi scenari di ricerca si aprono relativamente alle “comunità sportive” online. Facebook invece, nella ricerca sul campo in Sudafrica, si è rivelato un utile strumento d'informazione e contatto con gli informatori dall'Italia, ma rispetto a un forum online la brevità dei commenti e la scarsa continuità delle discussioni caratteristica del più popolare social network non ha permesso di trarre spunti che potessero essere significativi o particolarmente rilevanti al lavoro etnografico. Credo che soprattutto nell'ambito di studi interdisciplinari connessi alle tematiche dell' antropologia dei media, il mondo online può essere non solo foriero di nuovi oggetti d'indagine ma altresì valido strumento metodologico. In questo senso l'oggetto e il processo di ricerca possono mescolarsi e confondersi nelle pratiche di lavoro sui “campi online”. Difficilmente la sola etnografia online può rendere il senso di ciò che avviene sul campo “reale”, può invece arricchire le interpretazioni dell'antropologo attraverso le interpretazioni lette in rete relative al luogo reale, così com'è narrato e rappresentato attraverso le interazioni virtuali dei soggetti interessati all'argomento (è soprattutto il caso degli stadi). Dall'altra parte un'esclusiva attenzione al contesto di cui il mondo online rappresenta una componente impedisce di capire a fondo le connessioni fra reale e virtuale, connessioni imprescindibili in tanti contesti sociali del nostro presente.

Bibliografia

- AA.VV., 2005, «Dossier Antropologia e Media», in *Achab, Rivista di Antropologia*, 2005 numero VI, Università degli Studi di Milano Bicocca
- AA.VV., 2008, *Africa Insight*, Vol. 38, No.3.
- AA.VV., 2009, «Etnografia e sistemi informativi», *Etnografia e Ricerca Qualitativa*, No 1: gennaio-aprile 2009.
- AA.VV., 2010, *Africa Media Barometer*, Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) and Media Institute of Southern Africa (MISA), Windhoek. Free Download : www.misa.org, www.fesmedia.org.
- AA.VV., 2010, «The FIFA World Cup 2010 in the news», *African Journalism Studies*, Special Issue: Vol. 31, No 2.
- AA.VV., 2010, *When the World Came to South Africa*, FIFA World Cup Organising Committee, Johannesburg.
- Abu-Lughod Lila, 2005, *Dramas of Nationhood, The Politics of Television in Egypt*, Chicago-London, University of Chicago Press.
- Adorno Theodor W., Horkheimer Max, 1942 (1947), *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*, Amsterdam, Querido; trad.it. 1966, *Dialettica dell'illuminismo*, Torino, Einaudi.
- Alegi Peter, 2002, «Playing to the Gallery?: Sport, Cultural Performance, and Social Identity in South Africa, 1920s-1945s», *The International Journal of African Historical Studies*, Vol. 35, No.1 :17-38: 233-247.
- 2004, «‘Like Cows Driven to a Dip’: The 2001 Ellis Park Stadium Disaster in South Africa», *Soccer & Society* vol. 5, No.2 : 233-247.
- 2008, «‘A Nation To Be Reckoned With’: The Politics of World Cup Stadium Construction in Cape Town and Durban, South Africa», *African Studies*, 67: 3, 397-422.
- 2010, *African Soccerscapes. How a Continent changed the World's Game*, London, Hurst & Company.
- Alexander Jeffrey C., Giesen Bernhard, Mast Jason L., 2006, *Social Performance, Symbolic Action, Cultural Pragmatics, and Ritual*, Cambridge University Press.

- Ambler Charles, 2002, «Mass Media and Leisure in Africa», *The International Journal of African Historical Studies*, Vol. 35, No. 1, Special Issue: Leisure in African History:119-136.
- Amedeo Giovanni,1980, *La passione astratta. La sostituzione dell'arte con lo sport nella società di massa neo-capitalistica*, Napoli, Il Laboratorio.
- Amit Vered, 2000, *Constructing the Field. Ethnographic Fieldwork in the Contemporary World*, London, Routledge.
- Amselle Jean-Loup, 1990, *Logiques métisses. Anthropologie de l'identité en Afrique et ailleurs*, Payot&Rivages, Paris; trad.it. 1999, *Logiche meticce. Antropologia dell'identità in Africa e altrove*, Torino, Bollati Boringhieri.
- 1996, *Vers un multiculturalism français:l'empire du coutume*, Paris, Aubier.
- 2001, *Branchements: Anthropologie de l'universalité des cultures*, Paris, Flammarion; trad.it. 2001, *Connessioni. Antropologia dell'universalità delle culture*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Amstrong Gary, Giulianotti Richard ,1997, *Entering the field. New Perspectives on World Football*, Oxford, Berg.
- 1999, *Football Cultures and Identities*, London, Macmillan.
- 2004, *Football in Africa: Conflict, Conciliation and Community*, London, Mc Millan.
- Anders Günther, 1956, *Die Antiquiertheit des Menschen*, Munich, Beck; trad.it. 2002, *L'uomo è antiquato*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Anderson Benedict,1983, *Imagined Communities*, London, Verso/New Left Books; trad.it. 1996, *Comunità immaginate: origini e fortuna dei nazionalismi*, Roma, Manifestolibri.
- Andrag Bettina, 2010, *Cape Town Stadium, Between the lines*, Cape Town, Griffel Media.
- Ang Ian, 1985, *Watching "Dallas": Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, London, Methuen.
- Annese Carlo, 2010, *I diavoli di Zonderwater 1941-1947*, Milano, Sperling & Kupfer.

● Anwer Ahmer Nadeem, 2006, «Zizou's Cup of Woe: A Mythic Moment Re-read», *Social Scientist*, Vol. 34, No. 9/10: 94-103.

● Appadurai Arjun, 1996, *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization* Minneapolis-London, University of Minnesota Press; trad.it. 2001, *Modernità in polvere*, Roma, Melteni.

● Archer Robert, Bouillon Antoine, 1982, *The South African Game: Sport and Racism*, London, Zed Press.

● Aron, Raymond, 1965, *Main Currents in Sociological Thought*, New York, Basic Books; trad. it. 1972, *Le tappe del pensiero sociologico*, Milano, Mondadori.

● Auf der Heyde Peter, 2002, *Has Anybody Got a Whistle, A Football Reporter in Africa*, Manchester, Parrs Wood Press.

● Augé Marc, 1982, «Football. De l'histoire sociale à l'anthropologie religieuse», *Le Débat*, No.19.

1994, *Pour une anthropologie des mondes contemporains*, Paris, Aubier; trad.it. 1997, *Storie del presente. Per un' antropologia dei mondi contemporanei*, Milano, Il Saggiatore.

2000, *Fictions fin de siècle suivi de Que se passe-t-il? 29 février, 31 mars, 30 avril 2000*, Paris, Arthème Fayard; trad.it. 2001, *Finzioni di fine secolo*, Torino, Bollati Boringhieri.

● Bachtin Mikhail, 1965, *Tvorcestvo Fransua Rable i narodnaja Kul'tura Srednevekov'ja i Renessansa*, Mosca, Chudozestvennaja literatura; trad.it. 1979, *L'opera di Rabelais e la cultura popolare. Riso, carnevale e festa nella tradizione medievale e rinascimentale*, Torino, Einaudi.

● Balandier George, 1955, *Sociologie actuelle de l'Afrique Noire, Dynamique des changements sociaux en Afrique centrale*, Paris, Presses Universitaires.

1998, *Le désordre:éloge du mouvement*, Paris, Librairie Arthème Fayard.

● Bale John, 1989, *Sports Geography*, London, E & FN Spon.

Bale John, Moen Olof, 1995, *The Stadium and the City*, Keele University Press.

● Barker Chris, 1999, *Television, Globalization and Cultural Identities*, Buckingham Open University Press.

- Barnett Steven , 1990, *Games & Sets: The Changing Face of Sport on Television*, London, Bfi.
 - Barth Fredrik, 1969, *Ethnic groups and boundaries: The social organization of culture differences*, Boston, Little Brown & Co.
 - Baudrillard Jean, 1990, *La transparence du mal. Essai sur les phénomènes extrêmes*, Paris, Editions Galilée; trad.it. 1991, *La trasparenza del male. Saggio sui fenomeni estremi*, Milano, SugarCo.
- 1998, «Le syndrome du Heysel», *Le Monde Diplomatique*, 12 juin.
- Bausinger Hermann, 2006, *Sportkultur. Sport in der heutigen Zeit*, Tübingen, Attempto; trad.it. 2008, *La cultura dello sport*, Roma, Armando.
 - Beck Rose Marie, Wittmann Frank, 2004, *African Media Cultures: Trans-disciplinary Perspectives*, Köln , Rüdiger Köpper Verlag.
 - Bekker Simon, Dodds Martine, Khosa Meshack M., 2001, *Shifting African Identities. Volume II in the Series Identity? Theory, Politics, History*, Pretoria, HSRC Press.
 - Bellos Alex, 2002, *Futebol. The Brazilian way of life*, London, Bloomsbury; trad.it. 2003, *Futebol. Lo stile di vita brasiliano*, Milano, Baldini e Castoldi.
 - Benson Rodney, Neveu Erik, 2005, *Bourdieu and the Journalistic Field*, Cambridge, Malden (Mass.), Polity.
 - Bird Elizabeth S., 2003, *The Audience in Everyday Life*, New York, Routledge.
 - Birrell Susan , 1981, «Sport as Ritual: Interpretations from Durkheim to Goffman», *Social Forces*, Vol. 60, No.2.
 - Bogoda David, 2001, «Sports development: obstacles and solutions in South Africa», *The African Anthropologist*, Vol. 8, No.1: 85-95.
 - Boni Federico, 2004, *Etnografia dei media*, Bari, Laterza.
- 2005, *Media, identità e globalizzazione. Luoghi, oggetti, riti*, Roma, Carocci.
- Boniface Pascal, 2006, *Football & mondialisation*, Paris, Armand Colin.
 - Booth Douglas, 1998, *The Race Game. Sport and Politics in South Africa*, London, Frank Cass.

- Bourdieu Pierre, 1996a, *Champ Politique, champ de sciences sociales, champ journalistique*, 5° Cahiers de recherche GRS (Groupe de recherche sur la socialization) Université Lumière Lyon; trad.it. 2010, *Sul concetto di campo in sociologia*, Roma, Armando Editori.

1996b, *Sur la télévision*, Paris, Liber; trad.it. 1997, *Sulla televisione*, Milano, Feltrinelli.

- Boyle Raymond, Haynes Richard, 2004, *Football in the New Media Age*, London, Routledge.

Boyle Raymond, 2006, *Sports Journalism: Context and Issues*, London, Sage.

2009, *Power Play, Sport the Media and Popular Culture*, Edinburgh University Press.

- Brink André, 1996, *Reinventing a Continent. Writing and Politics in South Africa*; trad.it. 2001, *Ieri è vicino. Scritti sul Sudafrica* (a cura di Italia Vivan), Pescara-Milano, Le Vespe.

- Brohm Jean-Marie, Perelman Marc, 2006, *Le football, une peste émotionnelle*, Paris, Éditions Verdier.

- Bromberger Christian, 1995, *Le match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, Paris, Ministère de la culture/ Maison des sciences de l'homme; trad.it. 1999, *La partita di calcio. Etnologia di una passione*, Roma, Editori Riuniti.

- Brookes Rod, 2002, *Representing Sport*, London, Arnold.

- Brown Duncan, 2006, *To speak of this Land: Identity and Belonging in South Africa and Beyond*, Scottsville University of KwaZulu-Natal Press.

- Buscombe Edward, 1975, *Football on Television*, London, Bfi.

- Calland Richard, Naidoo Lawsin, Whaley Andrew, 2010, *The Vuvuzela Revolution. Anatomy of South Africa's World Cup*, Auckland Park, Jacana Book.

- Callois Roger, 1957, *Les jeux et les hommes*, Paris, Gallimard; trad.it. 1981, *I giochi e gli uomini*, Milano, Bompiani.

- Candea Matei, 2007, «Arbitrary locations: in defence of the bounded field-site», *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 13: 167-184.

- Canetti Elias, 1960, *Masse und Macht*, Hamburg, Claassen Verlag; trad.it. 1981,

Massa e potere, Milano, Adelphi.

- Carrington Ben, McDonald Ian, 2005, *Marxism, Cultural Studies and Sport*, London. Routledge.

- Castells Manuel, 1998, *The Information age. Economy, Society and Culture*, Oxford, Blackwell; trad.it. 2002, *L'età dell'informazione: economia, società, cultura*, Milano, Egea.

2000, *The Rise of the Network Society*, Oxford, Blackwell.

- Chisari Fabio, 2004, «'The Cursed Cup': Italian Responses to the 1985 Heysel Disaster» in *Soccer and Society*, vol. 5, No. 2: 201–218.

- Ciborra Claudio, 2008, *I labirinti dell'informazione. Sfida alla sapienza dei sistemi*, Palermo, Sellerio.

- Clifford James, Marcus George E., 1986, *Writing Culture, The poetics and Politics of Ethnography*, Los Angeles, Berkeley University Press; trad.it. 1997, *Scrivere le culture. Poetiche e politiche dell'etnografia*, Roma, Melteni.

Clifford James, 1997, *Routes. Travel and Translation in the Late Twentieth Century*, Cambridge-London, Cambridge, Harvard University Press; trad.it. 1999, *Strade. Viaggio e traduzione alla fine del secolo XX*, Torino, Bollati Boringhieri.

- Colombo Dario, De Luca Daniele, 1996, *Fanatics. Voci, documenti e materiali dal movimento ultrà*, Roma, Castelvechi.

- Comaroff Jean, Comaroff John L., 1992, *Christianity, Colonialism and Consciousness in South Africa*, Chicago, University Press.

- Copans Jean, 1991, «Afrique du Sud: apartheid, culture et politique, *Cahiers d'études africaines*», Vol.31, No.123:417-423.

- Cornelissen Scarlett, 2004, «'It's Africa's Turn!' The Narratives and Legitimations Surrounding the Moroccan and South African Bids for the 2006 and 2010 FIFA finals», *Third World Quarterly*, Vol. 25, No. 7, *Going Global: The Promises and Pitfalls of Hosting Global Games*: 1293-1309.

- Cottle Simon, 2002, *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries*, Buckingham, Open University Press.

- Coultry Nick, Mc Carthy Anna, 2004, *MediaSpace: place, scale and culture in a media age*, New York, Routledge.

Couldry Nick, Hepp Andreas, Krotz Friedrich, 2010, *Media events in a global age*, New York, Routledge.

- Crapanzano Vincent, 1985, *Waiting. The Whites of South Africa*, New York, Random House.

- Dal Lago Alessandro, 1990, *Descrizioni di una battaglia. I rituali del calcio*, Bologna. il Mulino.

- Darbon Dominique, 1995, *Ethnicité et nation en Afrique du Sud. Imageries identitaires et enjeux sociaux*, Paris, Karthala.

- Darby Paul, 2001, *Africa Football and FIFA Politics Colonialism and Resistance*, London, Frank Cass.

2003, «Africa, the FIFA Presidency, and the Governance of World Football: 1974, 1998, and 2002», in *Africa Today*, Vol. 50, No.1: 3-24.

- Dayan Daniel, Katz Elihu, 1992, *Media Events: the Live Broadcasting of History*, Cambridge, Mass; trad.it. 1993, *Le grandi cerimonie dei media*, Bologna, Baskerville.

- de Beer Arnold S., 2010, «News from and in the “Dark Continent” , Afro-pessimism, news flows, global journalism and media regimes», *Journalism Studies*, Vol. 11, No 4: 596-609.

- de Certeau Michel, 1990, *L'invention du quotidien. L'Arts de faire*, Paris, Gallimard; trad.it. 2001, *L'invenzione del quotidiano*, Roma, Edizioni Lavoro.

- De Kerchove Derrick, 1990, *La Civilisation Vidéo-Chrétienne*, Paris, Retz-Atelier Alpha Blue; trad.it. 1995, *La civilizzazione video-cristiana*, Milano, Feltrinelli.

- De Kock Leon, Bethlehem Louise, 2004, *South Africa in the Global Imaginary*, Pretoria, University of South Africa Press.

- De Rose Marco, 2010, *Contro-cultura Ultras. Partecipazione, comunicazione, antagonismo*, Cosenza, Coessenza.

- De Sanctis Ricciardone Paola, 1994, *Antropologia e gioco*, Napoli, Liguori Editore.

- De Sardan Jean-Pierre Olivier, 1995, *Anthropologie et développement. Essai en socio-anthropologie du changement social*, Paris, Khartala; trad.it. 2008, *Antropologia e sviluppo. Saggi sul cambiamento sociale*, Milano, Raffaello

Cortina.

- Debord Guy, 1967, *La société du Spectacle*, Paris, Buched-Castel; trad.it. 2004, *La società dello spettacolo*, Milano, Baldini&Castoldi.

- Dei Fabio, 1992, «Il calcio: una prospettiva antropologica», *Ossimori, Periodico di antropologia e scienze umane*, 1: 7-13.

1998, «Il gioco del calcio nell'epoca della sua riproducibilità tecnica», *Ilgrandevetro*, numero monografico, novembre 1998, anche in www.fareantropologia.it.

2004, «Antropologia e memoria. Prospettive di un nuovo rapporto con la storia», *Novecento*, 10: 27-46.

2005, *Antropologia della violenza*, Roma, Meltemi. Free Download: www.fareantropologia.it.

- Desai Ashwin, 2002, *We are the Poors; Community Struggles in Post-Apartheid South Africa*, New York, Monthly Review Press.

- Desbordes Michel, 2006, *Marketing and Football: an international perspective: An International Perspective (Sports Marketing)* Heinemann, Butterworth.

- Dines Gail, Humez Jean M., 2003, *Gender, Race and Class in Media*, London, Sage.

- District Six Museum exhibition catalogue, 2010, *Fields of Play, Football. Memories & Forced Removals in Cape Town, Cape Town-Basel*, District Six Museum and Basler Afrika Bibliographien publication.

- Dobson Belinda, 2010, «Locating Xenophobia: Debate, Discourse. And Everyday Experience in Cape Town, South Africa», *Africa Today*, Vol.56, No.3, Special Issue: Africa's Space of Exclusion: 2-22.

- Durkheim Emilè, 1912, *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris, Alcan; trad.it. 1968 *Le forme elementari della vita religiosa*, Milano, Comunità.

- Eichberg Henning, 1998, *Body Cultures: Essay on Sport, Space and Identity*, London, Routledge.

- Eiselein E.B, Topper Martin, 1976, *Media Anthropology, A Simposium*, Human Organization 35.

- Escobar, Arturo, 1995, *Encountering Development: The Making and Unmaking of the Third World*, Princeton, University Press.
- Fabian Johannes, 1983, *Time and the other: How Anthropology Makes its Object*, New York, Columbia University Press; trad. it., 2000, *Il tempo e gli Altri*, Milano, l'Ancora.
- Fabietti Ugo, 1995, *L'identità etnica*, Bari, Laterza.

Fabietti Ugo, Matera Vincenzo, 1999, *Memorie e identità. Simboli e strategie del ricordo*, Roma, Melteni.

Fabietti Ugo, 2008, «L'antropologia e il paradigma della contemporaneità» Atti I° Convegno Nazionale dell'ANUAC (Associazione Nazionale Universitaria degli Antropologi Culturali), Matera 29-31 maggio 2008.

- Fagioli Monica, Zambotti Sara, 2005, *Antropologia e media. Tecnologie, etnografie e critica culturale*, Como-Pavia, Ibis.
- Falzon Mark-Anthony, 2009, *Multi-Sited Ethnography: Theory, Praxis and Locality in Contemporary Social Research*, Farnham Ashgate.
- Field Sean, Meyer Renate, Swanson Felicity, 2007, *Imagining the City. Memories and cultures in Cape Town*, Cape Town, HSRC Press. Free Download: <http://www.hsrcpress.ac.za/product.php?productid=2193&cat=0&bestseller=Y>.
- Finnegan Ruth, 2002, *Communicating. The Multiple Modes of Human Interconnection*, London, Routledge; trad.it. Comunicare. *Le molteplici modalità dell'interconnessione umana*, Torino, UTET Università.
- Foer Franklin, 2004, *How Soccer Explains the World*, Harpers Collins; trad.it. 2007, *Come il calcio spiega il mondo. Teoria improbabile sulla globalizzazione*, Milano, Baldini Castoldi Dalai.
- Franchi Danilo, Miani Laura, 2002, *La verità non ha colore. Aguzzini e vittime dell'apartheid testimoniano alla Commissione per la verità e la riconciliazione sudafricana*, Milano, Edizioni Comedit.
- Frank Sybille, Steets Silke, 2010, *Stadium Worlds: football, space and the build environment*, London, New York, Routledge.
- Frosdick Steve, Walley Lynne, 1997, *Sport & Safety Management*, Oxford, Butterworth-Heinemann.
- Gadamer Hans-Georg, 1960, *Wahrheit und Methode*, Tübingen, Mohr; trad.it.

Verità e metodo, 1983, Milano, Bompiani.

- Garland Jon, Malcolm Dominic, Rowe Michael, 2000, *The Future of Football. Challenges for the Twenty-First Century*, London, Frank Cass.
 - Gentz Natascha, Kramer Stefan, 2006, *Globalization, Cultural Identities and Media Representations*, New York, State University Press.
 - Geertz Clifford, 1973, *The Interpretation of culture*, New York, Basic Books; trad.it. 1987, *Interpretazioni di culture*, Bologna, il Mulino.
 - Gibson Timothy A., 2005, «La ville et le “spectacle” : Commentaires sur l'utilisation du “spectacle” dans la sociologie urbaine contemporaine», *Sociologie et Sociétés* 37 (1):171-196.
<http://www.erudit.org/revue/socsoc/2005/v37/n1/012282ar.html>.
 - Ginsburg Faye D., Abu-Lughod Lila, 2002, *Media Worlds: Anthropology on New Terrain*, Berkeley, University of California Press.
 - Giulianotti Richard, 1990, *A Sociology of the Global Game*, Cambridge, Polity Press.
- Giulianotti R., Bonney N., Hepworth M., 1994, *Football, Violence and Social Identity*, London, Routledge.
- 2002, «Supporters, Followers, Fans and Flaneurs. A Taxonomy of Spectator Identities in Football», *Journal of Sport & Social Issues*, Vol. 26, No 1: 25-46.
- Giulianotti R., Robertson R., 2004, «The globalization of football: a study in the glocalization of serious life», *The British Journal of Sociology*, vol. 55, 545-568.
- Goldstein Jeffrey, 2004, *Toys, Games and Media*, London, Mahwah.
 - Goody Jack, 1997, *Representations and Contradictions. Ambivalence Towards Images, Theatre, Fiction, Relics and Sexuality*, London, Blackwell; trad.it. 2000, *L'ambivalenza della Rappresentazione. Cultura, ideologia, religione*, Milano, Feltrinelli.
 - Gripsrud Jostein, 2002, *Understanding Media Culture*, London, Arnold.
 - Gupta Akhil, Ferguson James, 1997, *Anthropological Locations. Boundaries and Grounds of a Field Science*, Berkeley, University of California Press.
 - Habermas Jürgen, 1962, *Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft* ; trad.it. 2006, *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Bari, Laterza.

- Hadland Adrian, 2005, *Changing the Fourth Estate. Essays on South African Survey*, Cape Town, HSRC Press.

Hadland Adrian, Cowling Lesley, Bate Tabi Tabe Felix, 2007, *Advertising in the News. Paid-for Content and the South African Print Media*, Cape Town, HSRC Press. FreeDownload: <http://www.hsrcpress.ac.za/product.phpproductid=2190&cat=15&page=1>.

Hadland Adrian, Louw Eric, Sesanti Simphiwe, Wasserman Erman, 2008, *Power, Politics and Identity in South African Media*, Cape Town, HSRC Press. FreeDownload: <http://www.hsrcpress.ac.za/product.phpcat=15&freedownload=1&productid=2222>.

- Halbwachs Maurice, 1925, *Les cadres sociaux de la mémoire*, Paris, Alcan; trad.it. 1997, *I quadri sociali della memoria*, Napoli & Los Angeles, Ipermedium.

1950, *La mémoire collective*, Paris, Universitaires de France; trad.it. 1987, *La memoria collettiva*, Verona, Unicopli.

- Hall Stuart, 1973, *Encoding and Decoding the TV message*, Birmingham, CCCS Stencilled Paper.

1997, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London, Sage.

- Hammond Nicol, 2011, «The disharmonious honking of the vuvuzelas: homogenization and difference in the production and promotion of the 2010 Soccer World Cup in South Africa», *Soccer & Society*, 12:1: 46-55.

- Hannerz Ulf, 1992, *Cultural Complexity. Studies in the Social Organization of Meaning*, New York, Colombia University Press; trad.it., 1998, *La complessità culturale*, Bologna, il Mulino.

- Harrison Paul, Plamer Robin, 1986, *News Out of Africa: Biafra to Band Aid*, London, Hilary Shipman.

- Hawk Beverly G., 1992, *Africa's Media Image*, London, Praeger.

- Herzfeld Michael, 1997, *Cultural Intimacy. Social poetics in the nation-state*, New York State, Routledge; trad.it. 2003, *Intimità culturale. Antropologia e nazionalismo*, Napoli, L' Ancora del Mediterraneo.

- Hing-Yuk Wong Cindy, McDonogh Gary W., 2001, «The Mediated Metropolis: Anthropological Issues in Cities and Mass Communication», *American*

Anthropologist, New Series, Vol. 103, No. 1: 96-111.

- Horne John, Understanding, 1999, *Sport: an Introduction to the Sociological and Cultural Analysis of Sport*, London,-New York, Spon Press.
 - Houssay-Holzschuch Myriam,1999, *Le Cap ville sud-africaine. Ville blanche, vies noires*, Paris, L'Harmattan.
 - Hughes Felicia-Freeland, Crain Mary M., 1998, *Recasting Ritual: Performance, Media, Identity*, London, Routledge.
 - Huizinga Johan, 1938, *Homo Ludens*, Haarlem, Tijeenk Willing ; trad.it. *Homo Ludens*, 1946, Torino, Einaudi.
 - Hunt John, Lascaris Reg, 1998, *The South African Dream*, Cape Town, Zebra Press.
 - Jennings Andrew, 2006, *Foul! The Secret World of FIFA: Bribes, Vote Rigging and Ticket Scandal*, London, HarperCollins.
 - Jackson Gordon J.,1993, *Breaking Story: the South African press*, Oxford,Westview Press.
 - Kapuściński Ryszard, 1978, *Wojna Futbolowa*, Warszawa, Wydawnictwo Czytelnik; trad.it. 2002, *La prima guerra del football e altri racconti*, Milano, Feltrinelli.
 - Kracauer Siegfried, Thomas Y. Levin, [1930(1995)] *The Mass Ornament: Weimar Essays*. Harvard University Press.
 - Korr Chuck, Close Marvin, 2008, *More than just a game Soccer vs. Apartheid: The Most Important Soccer Story Ever Told*, New York, Thomas Dunne Books.
 - Kuper Simon, 1996, *Football Against the Enemy*, London, Orion; trad.it. 2008, *Calcio e potere*, Milano, Il Saggiatore.
- Kuper Simon, Szymanski Stefan, 2009, *Soccernomics* New York, Nation Books; trad.it. 2010, *Calcionomica*, Milano, Isbn.
- Lalu Premesh, 2008, *The Deaths of Hintsa. Postapartheid South Africa and the shape of recurring pasts*, Cape Town, HSRC Press. Free Download: <http://www.hsrcpress.ac.za/product.php?productid=2238&cat=12&page=1>.
 - Lambony Philippe Gervais, 2004, «Mondialisation, métropolisation et changement urbain en Afrique du Sud», *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, No.

81: 57-68.

- Latakomo Joe, 2010, *Mzansi Magic. Struggle, Betrayal & Glory. The Story of South African Soccer*, Cape Town, Tafelberg.

- Le Bon Gustave, 1895, *Psychologie des foules*, Paris, Félix Alcan Éditions; trad.it. 1980, *Psicologia delle folle*, Milano, Mondadori.

- Lévi-Strauss Claude, 1952, *Race et Histoire*, Paris, Unesco; trad.it. 1967, *Razza e storia e altri studi di antropologia*, Torino, Einaudi.

1977, *L'identité*, Paris, Grasset et Fasquelle; trad.it. 1996, *L'identità*. Palermo, Sellerio.

- Louw Eric P., 1993, *South Africa Media Policy. Debates of the 1990s*, Bellville, Anthropros.

- Machin David, 2002, *Ethnografic Research for Media Studies*, London, Arnold.

- Magnane Georges, 1964, *Sociologie du Sport: situation du loisir sportive dans la culture contemporaine*, Paris, Gallimard.

- Maguire Joseph, 1999, *Global Sport, Identities, Societies, Civilizations*, London, Polity Press.

2006, *Social problems in sport*, London, Taylor & Francis.

- Malighetti Roberto, 2004, *Il Quilimbo di Frechal. Identità e lavoro sul campo in una comunità brasiliana di discendenti di schiavi*, Milano, Raffaello Cortina.

2005, *Oltre lo sviluppo. Le prospettive dell'antropologia*, Roma, Meltemi.

- Marchi Valerio, 1994, *Ultrà: le sottoculture giovanili negli stadi d'Europa*, Roma, Eurispes-Koinè.

- Marcus George E., 1998, *Ethnography through Thick & Thin*, Princeton University Press.

- Martin Simon, 2004, *Football and Fascism. The National Game under Mussolini*, Oxford, Berg; trad. it. 2006, *Calcio e fascismo*, Milano, Mondadori.

- Marx Karl, 1859, *Zur Kritik der Politischen Oekonomie*, Berlin, Duncker; trad.it. 1971, *Per la critica dell'economia politica*, Roma, Editori Riuniti. 1867, *Das Kapital*, Hamburg, Verlag; trad.it. 1976, *Il Capitale*, Roma, NewtonCompton.

- Masterman Len, 1984 , *Television Mythologies: Stars, Shows & Signs*, London, Mk Media.
- Matera Vincenzo, 2006, *Antropologia in sette parole chiave*, Palermo, Sellerio.

- Mauss, Marcel, 1924, «Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques», *Sociologie et anthropologie*, Paris, Le Presses Universitaires; trad. it. 2002, *Saggio sul dono. Forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche*, Torino, Einaudi.

- Mayer Vicki, Banks Miranda, Caldwell John T., 2009, *Production Studies. Cultural Studies of Media Industries*, New York, Routledge.

- McCormack Dewar, 1987, *Viewpoint on South Africa, A Call for Reason*, Cape Town, Printpak Books.

- McEachern Charmaine, 2002, *Narratives of Nation Media, Memory and Representation in the Making of the New South Africa*, New York, Horizons in Post-Colonial Studies, Nova Science.

- McLuhan Marshall, 1964, *Understanding Media*, New York, Mc Graw Hill; trad.it. 1997, *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Il Saggiatore.

- Meillassoux Claude, Messiant Christine, 1991, *Genie social et manipulations culturelles en Afrique du Sud*, Paris, Arcantère.

- Melik Achot, Chakhnazarov, 1970, *Le sport en Afrique*, Paris, Presence Africaine.

- Meyrowitz Joshua, 1985, *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, Oxford University Press; trad.it. 1995, *Oltre il senso del luogo: come I media elettronici influenzano il comportamento sociale*, Bologna, Baskerville.

- Mngxitama Andile, 2010, «Blacks are Kwerekweres, Whites are Tourists», *New Frank Talk, Critical Essays on the Black Condition*.

- 2010, «The People vs Phillip: How the ANC Sold us for a Cup», *New Frank Talk, Critical Essays on the Black Condition*.

- Moores Shaun, 1993, *Interpreting Audiences: The Ethnography of Media*

Consumption, Thousand Oaks, Sage: trad.it.,1998, *Il consumo dei media: un approccio etnografico*, Bologna il Mulino.

- Morley David, Silverstone Roger, 1991, «Communication and Context: Ethnographic Perspectives on the Media Audience», in Jensen Klaus B. e Jankowski Nicholas W., *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, London, Routledge.

- Morris Desmond, 1981, *The Soccer Tribe*, London, Cape Limited; trad.it. 1982, *La tribù del calcio*, Milano, Mondadori.

- Mphahlele Ezekiel,1974, *The African Image*, London, Faber et Faber.

- Murphy P., Williams J., Dunning E.,1990, *Football on Trial*, London, Routledge.

- Mutithi Timothy, 2006, «Practical Peacemaking. Wisdom from Africa: Reflections on Ubuntu», *The Journal of Pan African Studies*, vol.1, no.4: 25-34.

- Neocosmos Michael, 2006, *From “Foreign Natives” to “Native Foreigners”:* *Explaining Xenophobia in Post-Apartheid South Africa*, Dakar, CODESRIA.

- Nixon Rob, 1991, Mandela, «Messianism and the Media», *Transition*, No. 51: 42-55.

1994, *Homelands, Harlem and Hollywood: South African Culture and the World Beyond*, New York, Routledge.

- Nyamnjoh Francis B., 2005, *Africa's Media: Democracy and the Politics of Belonging*, Pretoria, Zed Books.

- Palmer Robin,1987, «Africa in the Media», *African Affairs*, Vol.86, No.343: 241-247.

- Pillay Suren, 2008, «“Fortress SA”? A Response to John Sharp», *Anthropology Today*, Vol. 24. NO. 5 :22.

- Pillay Udesch, Tomlinson Richard, Bass Orli, 2009, *Development and Dreams. The urban Legacy of the 2010 Football World Cup*, Cape Town, HSRC press. FreeDownload:<http://www.hsrepress.ac.za/product.phpproductid=2259&cat=0&bestseller=Y> .

- Pink Sarah, 2007, *Doing Visual Ethnography: Images, Media and Representation in Research*, London, Sage.

- Powdermaker Hortense, 1950, *Hollywood, the Dream Factory*, Boston, Little, Brown and Company.

1962, *Copper Town, Changing Africa: The Human Situation on the Rhodesian Copperbelt*, New York, Greenwood Press.

- Prinsloo Jeanne, Criticos Costas, 1991, *Media Matters in South Africa*, Durban, Media Resource Centre.

- Ramsamy Sam, 1982, *Apartheid, the real hurdle: Sport in South Africa & the International Boycott*, London, International Defence and Aid Fund for Southern Africa.

- Rassool Ciraj, Witz Leslie, 1996, «South Africa: A World in One Country», *Cahiers d'Études Africaines*, Vol.36, Cahier 143: 335-371.

- Real Michael R., 1996, *Exploring Media Culture. A Guide*, Thousand Oaks, Sage.

- Ricci Domenico, *Africa, Boma Ye (uccidilo!) 30 anni di calcio africano*, Domenico Ricci Editore.

- Rist Gilbert, 1996, *Le Développement. Histoire d'une croyance occidentale*, Paris, Presses de Sciences-po; trad.it. 1997, *Lo sviluppo. Storia di una credenza occidentale*, Torino, Bollati Boringhieri.

- Rothenbuhler Eric W., Coman Mihai, 2005, *Media Anthropology*, London, Sage.

- Rowe David, 2004, *Sport, Culture and the Media*, California Open University Press.

2007, «Sports journalism: still the “toy department” of the news media?», *Journalism* No. 8: 385-405.

- Ryle Gilbert, 1949, *The concept of mind*, The University of Chicago Press; trad.it. 2007, *Il concetto di mente*, Bari, Laterza.

- Said Edward W., 1978, *Orientalism*, New York, Pantheon Books; trad.it. 1991, *Orientalismo*, Torino, Bollati Boringhieri.

- Sands Robert R., 1999, *Anthropology, sport, and culture*, Wesport, Bergin & Garvey.

- Sandvoss Cornel, 2003, *A Game of Two Halves: Football Fandom, Television*

and Globalisation, London, Routledge.

- Sharp John, 2008, «“Fortress SA”: Xenophobic Violence in South Africa», *Anthropology Today*, Vol. 24. no.4: 1-3.
- Schulz Herzenberg Collette, 2010, *Player and Referee. Conflicting interests and the 2010 FIFA World Cup™*, Pretoria, Institute for Security Studies.
- Sighele Scipio, [1903(1922)] *L'intelligenza della folla*, Torino, Fratelli Bocca Editore .
- Smart Barry, 2005, *The Sport Star and the Cultural Economy of Sporting Celebrity*, London, Sage.
- St. John Warren, 2009, *Outcasts United. A Refugee Team, an American Town*, New York, Spiegel & Graw; trad.it. 2009, *Rifugiati Football Club*, Vicenza, Neri Pozza Editore.
- Suchman Lucy, 1987, *Plans and Situated Actions: The Problem of Human-Machine Communication*, Cambridge, University Press.
- Swart Camilla, Bob Urmilla, 2004, «The seductive discourse of development: the Cape Town 2004 Olympic bid», *Third World Quarterly*, Vol. 25, No. 7: 1311-1324.
- Thompson John B., 1995, *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*, Cambridge, Polity Press; trad.it. 1998, *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, Bologna, il Mulino.
- Tomaselli Keyan, 1986, *Myth, Race and Power: South Africans Imaged on Film and TV*, Bellville, Anthropos Publishers.
- Tomaselli Keyan, Tomaselli Ruth,, Muller Johan, 1989, *Broadcasting in South Africa: Studies on the South African Media*, London, James Currey.
- Trumpbour Ronald, 2007, *The New Cathedrals: Politics and Media in the History of Stadium Construction*, Syracuse University Press.
- Turner Victor, 1986, *The Anthropology of Performance*, New York, Paj Publications; trad.it. 1993, *Antropologia della performance*, Bologna, Il Mulino.
- Vereni Piero, 2008, *Identità catodiche. Rappresentazioni mediatiche di appartenenze collettive*, Roma, Melteni.
- Vidacs Bea, 2010, *Vision of a Better World. Football in the Cameroonian Social*

Imagination, Berlin, Lit Verlag.

- Walsh Gretchen, 1996, *The Media in Africa and Africa in the Media: an annotated Bibliography*, London, Hans Zell Publishers.

- Wasserman Erman, Sean Jacobs, 2003, *Shifting Selves: Post-Apartheid Essays on Mass Media, Culture and Identity* (Social Identities South Africa Series), Cape Town, Kwela Books.

Wasserman Erman, 2010, *Tabloid Journalism in South Africa*, Cape Town, UCT Press.

- Weed Mike E., 2008, *Sport and Tourism: a reader*, London, Routledge.

- Wenner Lawrence, 1989, *Media, Sports and Society*, London, Sage.

- Westerman Frank, 2004, *El negro en ik*, Amsterdam, Uitgeverij; trad.it. 2008, *El negro e io*, Milano, Iperborea.

- Whannel Garry, 1992, *Fields in Vision: Television. Sport and Cultural Transformation*, London, Routledge.

2008, *Culture, Politics and Sport: Blowing the Whistle, Revisited*. London, Routledge.

- Wilcox Dennis L., 1975, *Mass Media in Black Africa*, New York, Praeger Publishers.

- Zegeye Abebe, Kriger Robert, 2003, *After Apartheid: Essays Revisioning Culture in the New South Africa*, Aldershot, Ashgate Publishing.

Filmografia

- *4-4-2 Il gioco più bello del mondo*, Paolo Virzì, Motorino Amaranto Produzioni, Italia, 2006.
- *A Stadium for Africa: Soccer City*, Ian Morgan, 2010.
- *Bend It Like Beckham*, versione it. *Sognando Beckham*, Gurinder Chadha, Deepack Nayar, Regno Unito/Germania, 2002.
- *Black Star: an African Odyssey*, Paul Yule, Sudafrica, 2008.
- *Black Starlets. How to survive a Broken Dream*, Christoph Weber, WDR Cologne Arte, Germania, 2006.
- *Chemusa Stars*, Cyril Gfeller, Nicola Carpi, Martin Schaer, Switzerland, 2006.
- *Cry Freedom*, versione it. *Grido di libertà*, Richard Attenborough, Marble Arch Production, UK/USA/Sudafrica, 1987.
- *Fahrenheit 2010*, Craig Tanner, Australia/Sudafrica, 2009.
- *Fair Play: The World vs South Africa*, in Have You Heard From Johannesburg, Documentaries Series , Connie Field, Clarity Film, Sudafrica, 2010.
- *FIFA Agent*, Nollywood Production, Simony International Ltd, Nigeria, 2010.
Visibile al link: http://www.naijapals.com/video/FIFA_Agent-57837
- *I Now Pronounce You Black and White*, Oliver Rodget, Olliwood Production, Sudafrica, 2010.
- *Invictus*, Clint Eastwood, Warner Bros, USA, 2009.
- *Irie Style*, Sharon Farr, Shoot the Breeze, Sudafrica, 2010
- *La gran final*, versione it. *Il grande Match*, Gerardo Olivares, Mikado, Spagna/Germania, 2006.
- *Mano de Dios*, Dino Risi, Rai Cinema, Italia, 2007.
- *Maradona by Kusturica*, Emir Kusturica, Pentagrama Films, Spagna/Francia, 2008.

- *More than Just a Game*, Junaid Ahmed, Distant Horizon Production, Sudafrica, 2007.
- *Osuofia in World Cup*, Nollywood Production, Simony International Ltd, Nigeria, 2010.
Visibile al link: http://www.naijapals.com/video/Osuofia_In_World_Cup
- *The Battle for Johannesburg*, Rehad Desai, Uhuru Productions, Sudafrica, 2010.
- *The Death Match*, Stelios Kouloglou, Ucraina, 2002.
- *The Game of Life. Life Gamble*, Mysa Shootback, Mathare Youth Sports Association, Kenya, 2003.
- *The Other Final*, Johan Kramer, KesselsKramer, Paesi Bassi/Italia/Giappone, 2003.
- *The return of Osuofia from World Cup*, Nollywood Production, Simony International Ltd, Nigeria, 2011.
Visibile al link http://www.youtube.com/moviev=mvCknVNIisU&feature=mv_sr
- *Phörpa*, versione it. *La Coppa*, Khyentse Norbu, Palm Pictures/Coffee Stain Production, Australia/Bhutan 1999.
- *Schuks Tshabalala's. Survival Guide to South Africa*, Gray Hofmeyr, Indigenous Film, Sudafrica, 2010.
- *Sea Point Days*, François Verster, Undercurrent Film & Television, Sudafrica, 2008.
- *Soccer Muti FC*, Naashon Zalk, Sudafrica, 2010.
- *Soccer. South of the Umbilo*, John Barker, Barking Rat Film, Sudafrica, 2010.
- *Streetball*, Demetrius Wren, Fuwl Production, Sudafrica, 2008.
- *Skin*, Anthony Fabian, BBC Films, Regno Unito/Sudafrica, 2008.
- *Ultrà*, Ricky Tognazzi, Mastervideo, Italia, 1991.