

Il gioco del calcio nell'epoca della sua riproducibilità tecnica (da *Il grandevetro*, numero monografico, novembre 1998)

di *Fabio Dei*

1.

In tempi di Mondiali, il calcio riesce a vendere persino sotto forma di letteratura. Anche per gli appassionati del genere non è facile seguire la produzione editoriale: troviamo romanzi e racconti vecchi e nuovi, riflessioni serie di giornalisti impegnati, divertimenti in punta di penna di studiosi, esternazioni di poeti veri o presunti. Riviste importanti come *Panta* e *Micromega* dedicano al calcio ampi e ricchi numeri monografici. Tratto comune a gran parte di questa scrittura è la denuncia delle distorsioni che il calcio avrebbe subito e starebbe subendo ad opera degli interessi economici e dei mass media. Il calcio opulento di oggi, si dice, non è più quello di una volta; non più quello della gioventù pasoliniana e dei campetti di periferia, e neppure quello dei campioni modesti e tenaci di quando la televisione non c'era o era in bianco e nero. Gli sponsor e l'industria dello spettacolo hanno introdotto in questo sport una logica che non è la sua. In particolare, è la televisione ad apparire come la grande colpevole: fagocitando il calcio nel suo blob mostruoso e indistinto, ne annullerebbe gli aspetti più umani e autentici, lo trasformerebbe in una finzione sintetica - così come sintetici e quasi "virtuali" sono i suoi eroi di oggi (come sostiene Vasquez Montalban su *Micromega* a proposito di Ronaldo), diversamente dai "veri uomini" di un tempo.

E' vero dunque che la televisione snatura il calcio, o queste sono solo riflessioni snobistiche di intellettuali nostalgici? La risposta non è facile. Non v'è dubbio, naturalmente, che il calcio non potrebbe esistere nella sua forma attuale senza la TV. Da essa dipende economicamente, per gli introiti dei diritti di trasmissione e per quelli degli sponsor (che naturalmente sono proporzionali alla diffusione televisiva), ma anche organizzativamente. E' ad esempio la TV che ormai determina calendari e orari delle partite secondo le proprie esigenze di audience (si pensi ai mondiali giocati nel continente americano, con incontri programmati in orari impossibili per farli coincidere con le fasce di maggior ascolto della TV europea); è la TV che può decidere dell'importanza di un particolare evento sportivo; talvolta, è la TV che persino crea eventi di sua iniziativa (è ad esempio il caso, per l'Italia, del Mundialito per squadre di club e di altri tornei inventati dalle reti Fininvest nel tentativo - infine riuscito - di spezzare il monopolio calcistico della RAI).

Ciò che più conta è che questa dipendenza si riflette, si sostiene, sugli aspetti tecnici, estetici ed etici del calcio - su quella che potremmo chiamare la sua struttura

antropologica. Su questo punto sono spesso intervenuti gli studiosi di sociologia e antropologia dello sport e gli analisti delle comunicazioni di massa. Essi hanno dimostrato in modo piuttosto convincente come la TV abbia progressivamente inglobato il calcio (così come altri sport) all'interno della propria logica e del proprio discorso, mutando profondamente sia i suoi aspetti esteriori sia la sua natura di pratica sociale. Questo mutamento sembra si sia consumato, in modo particolare, negli anni che intercorrono tra i due mondiali messicani, quello del 1970 e quello del 1986: anni in cui più rapida e impetuosa è stata l'evoluzione del linguaggio televisivo, alle cui esigenze il calcio si è dovuto piegare (e con il calcio, probabilmente, anche la politica, la cultura, l'informazione). Ponendo a confronto le trasmissioni televisive dei due mondiali messicani, è stato osservato (Simonelli 1988: 274), si ha l'impressione di trovarsi di fronte a sport diversi. Si è affermato un "calcio televisivo" che è di fatto una nuova forma di spettacolo, con sempre meno punti in comune con il buon vecchio gioco che molti rimpiangono. Nel resto di questo articolo, cercherò di approfondire alcuni aspetti del connubio calcio-TV; mi chiederò poi se leggere tale fenomeno in termini di contraffazione e perdita di autenticità aiuti davvero a comprenderlo, o non svii invece la nostra attenzione dalle sue caratteristiche antropologicamente più importanti.

2.

Proviamo a considerare in modo più analitico, anche se necessariamente schematico, i mutamenti che la TV induce nel calcio - il suo "snaturamento", se così vogliamo esprimerci. Come premessa a questa riflessione, occorre tenere a mente che le riprese e le trasmissioni televisive non si limitano a "riprodurre" un evento (sportivo o di qualsiasi altro tipo), ma lo "rappresentano"; interpretano cioè la realtà, e non sono (non possono esserlo) il suo semplice rispecchiamento. Ciò vale anche per le trasmissioni in diretta, che pure aspirano a un grado totale di fedeltà al reale: per quanto legate strettamente a un evento che (ma solo in teoria, come vedremo) si compie indipendentemente dalla presenza della telecamera, anch'esse non possono far altro che ricostruirlo secondo le regole specifiche dei linguaggi che usano (verbale, visuale, eventualmente musicale) e secondo le strategie autoriali, esplicite o implicite, messe in opera da cameramen, registi, telecronisti e commentatori, addetti alla videografica e così via.

Ora, la rappresentazione degli incontri di calcio che arriva sugli schermi presenta caratteristiche che si discostano sensibilmente da quella che potremmo chiamare la logica interna del gioco, quale si coglie dall'interno del campo o dalle tribune. Consideriamone alcuni elementi:

- *lo spazio*. Il calcio si svolge in uno spazio ampio, che comprende il campo di gioco, i

suoi bordi, gli spalti. La TV è in grado di seguire il gioco inquadrando volta per volta solo porzioni dello spazio complessivo (le inquadrature panoramiche, per quanto suggestive, non consentono di leggere lo svolgimento di una partita); e la strategia scelta è di solito quella di far coincidere i movimenti della telecamera con quelli del pallone. Al telespettatore si offre dunque una prospettiva assai parziale, che non consente di cogliere aspetti tecnici del gioco (per esempio i movimenti senza palla, le strategie di disposizione in campo delle squadre, i rapporti tra giocatori in campo e panchine etc.); ma soprattutto, non consente di cogliere (se non attraverso il sonoro) l'interazione continua fra pubblico, calciatori e arbitro, che nei campetti di periferia come in quelli della serie A costituisce un aspetto saliente di questo sport. Su questo punto insistono in particolare gli studiosi del “tifo” e delle organizzazioni di hooligans, ultrà etc. Ad esempio Alessandro Dal Lago, autore di un saggio molto bello sull' “ermeneutica del calcio” (1990: 82-83; v. anche Palieri 1995), sostiene che la TV fornisce un'immagine troppo semplificata del comportamento del pubblico, impedendo di comprendere la subcultura delle tifoserie, le loro regole d'azione e gli stessi episodi di violenza (una ipersemplicificazione, si potrebbe aggiungere, che i commentatori televisivi portano ai massimi vertici quando spiegano la violenza negli stadi con l' “imbecillità” di pochi esagitati che - come recita l'ottusa formuletta - “nulla hanno a che vedere con lo sport”).

- *il tempo*. La partita in diretta è naturalmente una rappresentazione in tempo reale. Tuttavia la sua strutturazione temporale - l'esperienza temporale del telespettatore, se così vogliamo esprimerci - è assai diversa da quella dell'evento reale. Prima di tutto, in TV è tagliato ciò che viene prima e dopo i novanta minuti di gioco, è che è invece assai significativo per chi va allo stadio e addirittura essenziale per le tifoserie organizzate. Inoltre, le esigenze dello spettacolo televisivo tendono a cancellare i cosiddetti “tempi morti” della partita (le pause per infortunio, le rimesse da fondo campo etc.), introducendo segmentazioni in quello che allo stadio è vissuto come un tempo unico. Ciò avviene attraverso l'uso del *replay*, e soprattutto, in tempi più recenti, attraverso le brevi interruzioni pubblicitarie inserite dalle reti commerciali nel corso stesso di una partita. Aldo Grasso, già una decina di anni fa, notava l'analogia tra questi spot pubblicitari e quelli che interrompono i film: sorta di “ferite” che la TV infligge a forme di spettacolo che ha ormai sconfitto e inglobato, segni tangibili del suo dominio assoluto (Grasso 1988: 251). Ma questa frammentazione ha anche altri aspetti: l'uso del rallentatore e della moviola, ad esempio, spezza l'esperienza del tempo unitario, irreversibile e fatidico dello stadio. Lo stesso effetto produce, di per sé, il modo di guardare la televisione, che come molti studi hanno dimostrato è tipicamente superficiale e discontinuo: diversamente da chi si trova allo stadio, il telespettatore segue di solito la partita mentre fa altre cose (conversazioni, attività domestiche etc.), concentrandosi solo su alcuni momenti del gioco. Si deve anche considerare che per il

telespettatore la partita in diretta è uno spettacolo relativamente raro: la maggior parte del calcio che assorbe gli viene offerto sotto forma di sintesi, che riassumono in pochi minuti o secondi le fasi salienti di un incontro o di un'intera giornata di campionato (i gol e le principali occasioni, le espulsioni, le “curiosità”, etc., secondo un modello che per l'Italia risale a “La domenica sportiva”). Cosicché egli si abitua a considerare la partita come un noioso e inutile riempitivo che sta attorno a una decina di “azioni” importanti, le uniche che valga la pena guardare.

- *l'estetica*. Il piacere di seguire uno spettacolo sportivo ha una importante componente estetica oltre a quella prettamente agonistica. Nel caso del calcio sono i movimenti della palla, le “tecniche del corpo” degli atleti, le geometrie di gioco, la scenografia del campo erboso e delle magliette colorate, la ritmicità e talvolta la creatività degli incitamenti e del tifo a costituire elementi di apprezzamento estetico. In questo senso il calcio è una vera e propria forma di arte popolare - il balletto della *working class*, qualcuno l'ha definito. Ora, la rappresentazione televisiva non riesce a cogliere appieno alcuni elementi dell'esperienza estetica dal vivo, e inversamente ne esalta altri non completamente accessibili allo spettatore dello stadio. Ad esempio, è quasi impossibile apprezzare in televisione l'ordine complessivo dello schieramento in campo, le strategie di squadra etc.; le inquadrature ravvicinate e il frequente uso di replay e rallentatore sottolineano invece l'eleganza del gesto tecnico o la performance atletica del singolo giocatore (il tiro, il dribbling, la finta, la parata, o anche l'errore e il fallo), sezionate, ingrandite e continuamente riproposte nei notiziari sportivi. Forme di rappresentazione, si deve notare, che hanno importanti effetti retroattivi sugli stessi calciatori e sulla tecnica di gioco (per altre osservazioni e una bibliografia in proposito v. Dei 1992, pp. 11-13). Soprattutto, alla rappresentazione televisiva sfugge il contesto scenografico dello stadio, con i suoi effetti cromatici e sonori, la sua strutturazione simbolica, le sue connotazioni festive - con tutto quello che ne consegue in termini di partecipazione emotiva e di coinvolgimento nella massa. Il telespettatore vive in un'ordinaria e banale solitudine domestica quello che è un evento per sua natura pubblico, un rituale di effervescenza collettiva che rompe la routine quotidiana in un'esplosione di vitalità ed emozioni soffocate (Ravaglioli 1990, p.149). Ciò rende ovviamente peculiare la sua esperienza estetica ed emotiva (un'eccezione è rappresentata dai grandi eventi come i mondiali o le finali di coppe europee, dove anche la fruizione televisiva tende ad assumere carattere festivo e collettivo).

- *il commento*. La telecronaca, quella “narrazione continua” che accompagna le immagini della partita (Accame 1982, 1990), è parte integrante dell'esperienza televisiva del calcio. Ce ne rendiamo conto, da un lato, per il senso di spaesamento e irrealtà che proviamo in quelle rare occasioni in cui uno sciopero dei giornalisti impone

alle reti la trasmissione di partite non commentate, con il sonoro semplicemente aperto sul campo: trasmissioni molto più realistiche, di fatto, che contrastano però con modelli percettivi fortemente interiorizzati. Dall'altro lato, ci accorgiamo di questa “sindrome di Pizzul” quando vediamo ragazzini che, giocando a pallone per strada, fanno da soli la telecronaca della loro partita, mostrando invariabilmente una sicura padronanza dei luoghi comuni del giornalismo sportivo. La telecronaca solleva lo spettatore dall'onere di comprendere il gioco, rimediando a quel carattere frammentario dell'ascolto televisivo che già abbiamo notato. Essa è però inevitabilmente ridondante (diversamente dalla radiocronaca) e digressiva; nel tentativo di eliminare i tempi morti, indirizza l'attenzione dello spettatore su dati, informazioni e opinioni spesso futili e inessenziali. Lo stesso si può dire della videografica che oggi accompagna invariabilmente le partite in TV, con i dati personali dei calciatori, le statistiche sul possesso di palla, sul numero dei tiri effettuati etc. - quasi tutte strategie informative prese a prestito da altri sport (p.es. il basket, dove l'altezza degli atleti o le percentuali di realizzazione sono dati importanti), che però hanno scarso significato nella logica interna del calcio.

- *i personaggi*. La TV, è stato spesso natato, tende ad equiparare progressivamente il calcio ad altre forme di spettacolo e intrattenimento. Ciò la porta a dare moltissimo rilievo a singoli giocatori, trattati sia sullo schermo che nelle strategie promozionali come le stelle del cinema o della musica pop. Il racconto del calcio giocato allo stadio ha come protagoniste le squadre nella loro collettività (pur consentendo e favorendo anzi l'emergere di particolari personalità); il calcio in TV è invece storia di divi. Le telecamere vanno a cercare i volti famosi, le immagini indugiano sui primi piani, il replay mostra ossessivamente il gesto del campione. Le interviste ai personaggi più rappresentativi sono corredo indispensabile del calcio televisivo. La “democrazia” delle vecchie figurine Panini, in cui Rivera non aveva un briciolo di spazio in più dell'ultima riserva dell'ultima squadra del campionato, è oggi impensabile. I modelli eroici e drammatici della fiction e dello spettacolo vengono proiettati sulle vicende del calcio, creando storie di rivalità e dualismi (da Rivera-Mazzola a Baggio-Del Piero), di ascesa-caduta-ripresa, di volontà che lotta contro il Fato, e via dicendo. Le stelle del calcio si adeguano a questa loro visibilità pubblica, sviluppando doti espressive e comunicative che i giocatori di un tempo certo non avevano, e puntando su un'immagine caratterizzante (la testa rasata di Vialli, le basette di Del Piero, i capelli variamente colorati che si sono visti agli ultimi mondiali) - talvolta persino su un “pensiero” (il buddismo di Baggio è un esempio piuttosto noto). Il loro status si viene poi rafforzando con la partecipazione alla pubblicità, ai programmi d'intrattenimento, persino alla propaganda politica. La naturale tendenza del calcio alla crezione di “idoli” è rafforzata dalla televisione e piegata alle esigenze dello spettacolo: il campione sportivo diviene anzi metafora del culto televisivo della personalità. Specchio di questo rapporto ormai

inestricabile è il recente fenomeno delle “partite del cuore” tra nazionali di cantanti, attori, politici o altri personaggi televisivi - nelle quali il dichiarato obiettivo della beneficenza passa decisamente in secondo piano rispetto alla messa in scena di quello che potremmo chiamare il ruolo della personalità in una società spersonalizzata, e che significativamente e quasi “naturalmente” prende la forma del calcio.

3.

Non v'è dunque alcun dubbio che la televisione stia oggi stringendo in un ferreo abbraccio il calcio - sul piano economico e organizzativo come su quello propriamente antropologico. Non è però affatto detto che si tratti di un abbraccio mortale.

Si consideri prima di tutto che il calcio si è affermato nella storia sociale del Novecento come spettacolo di massa; e sta nella logica di uno spettacolo di massa l'“allearsi” con il medium predominante. Vi è stata l'epoca di un calcio narrato solo dalla carta stampata; quella di un calcio ascoltato per radio; oggi queste due forme persistono come sussidiarie e complementari alla fruizione televisiva, che è inevitabilmente dominante. Quest'ultima ha creato un'esperienza e un immaginario dello spettacolo sportivo molto diversi da quelli del passato, un “TV-calcio” che è forse fenomeno completamente nuovo dell'ultimo quarto del nostro secolo (v. su questo punto Simonelli e Ferrarotti 1995, e le indicazioni contenute in Ginsborg 1998, pp.224-26). Ma è proprio la novità del fenomeno a renderlo interessante per le scienze umane e sociali; e, se vogliamo cercare di comprenderlo, non ha molto senso partire dalla difesa nostalgica del “buon vecchio calcio” di una volta e dei suoi “veri” valori. Ciò che è interessante è capire la natura di quell'inestricabile groviglio di 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.

Certo, hanno ragione Dal Lago ed altri analisti sociali a sostenere che il calcio in carne e ossa dello stadio, tutto urla e sudore, parolacce ed effervescenza collettiva, è un fenomeno antropologicamente ben distinto dall'asettico calcio elettronico da pantofole, poltrona e noccioline. Si può anzi andar oltre e riconoscere che, dal punto di vista delle pratiche sociali, con il termine calcio noi indichiamo molte cose diverse. Una cosa è il calcio giocato dai ragazzini nei campetti sotto casa, altra quello giocato negli stadi da calciatori professionisti: si tratta di pratiche governate da insiemi radicalmente differenti di regole sociali. Allo stesso modo, sono pratiche diverse il calcio visto dalla tribuna coperta di un grande stadio, quello visto dalla curva nel contesto del tifo organizzato, e quello visto in televisione. Ognuna di queste attività implica peculiari forme di esperienza, codici di comportamento, referenti sociali (per fare un solo esempio, è noto

come il tifo organizzato in curva riguardi quasi esclusivamente i maschi del proletariato e sottoproletariato urbano, in una fascia d'età che va dai 16 ai 25 anni).

E' comprensibile che gli studiosi sociali abbiano preferito concentrare la loro attenzione sul calcio "vero" dello stadio piuttosto che su quello "falso" della TV. Il primo si presenta infatti come un tipico oggetto socio-antropologico, con caratteristiche che lo accomunano alla categoria del rituale o a quella della performance drammatica. Come il rito o il dramma, la partita di calcio si svolge all'interno di uno spazio e di un tempo "sacri", si articola secondo schemi prefissati (seppur di esito aperto) e regole di comportamento assai dettagliate, fa uso di ricchi sistemi di connotazioni simboliche, implica la suddivisione tra "pubblico" e "ufficianti", mette in gioco forti risposte emozionali; e si potrebbe continuare a lungo nella ricerca di analogie (v. Dal Lago 1990, Lindner 1990, Bromberger 1992, 1995). Questa dimensione rituale, assieme al carattere violento e apparentemente irrazionale delle pratiche del tifo, ha suggerito di rappresentare il calcio come un fenomeno "tribale", un pezzo di cultura "primitiva" calato direttamente nella modernità, una valvola di sfogo per istinti tipici dell'uomo preistorico; un approccio esemplificato dal classico studio di Desmond Morris, *La tribù del calcio* (1981), che per quanto appaia oggi superato ha fatto breccia in un certo senso comune sociologico.

In confronto a tutto ciò, lo spettacolo televisivo appare piatto e banale - un non-evento che si svolge in un non-luogo, in un tempo indistinto e in una sorta di socialità sospesa; dunque, un oggetto sfuggente e assolutamente inautentico rispetto alle categorie dell'analisi socio-antropologica. La differenza, come ha suggerito Rolf Lindner (1990), è quella che passa tra un rito e uno *show*, governato il primo da un "codice morale" e il secondo da un "codice commerciale"; oppure, nei termini dell'antropologo Victor Turner, tra un fenomeno liminale e uno liminoide - il primo caratterizzato da carattere collettivo, da un alto grado di coesione sociale, di adesione ideologica e di significatività morale, il secondo dall'assenza di rigidità, di forza coattiva e di una comunità morale di riferimento (Ibid., p. 3; anche se per la verità Turner considera già gli sport moderni come "liminoidi" in confronto alla liminalità dei rituali delle culture tradizionali; v. Turner 198, pp. 269 sgg.). Con il che, torniamo al problema della *perdita* di tutte quelle cose autentiche che tanto interessano gli antropologi, con la sostituzione di una massa indifferenziata a una comunità strutturata, e di un comportamento guidato da regole morali a uno guidato da orientamenti di consumo e consigli pubblicitari.

D'altra parte, tra le diverse fenomenologie del calcio, quella televisiva è certamente la più generale e pervasiva: ha a che fare con l'esperienza diffusa di larghissimi strati della società, rappresenta un settore preminente della cultura popolare - e almeno in questo senso è la più interessante da capire. La riluttanza a studiarla è forse la conseguenza di una più generale difficoltà delle scienze umane - in particolare in Italia - a fare i conti con la televisione e con la sua portata in senso lato culturale: vale a dire, con il fatto che TV e media elettronici sono oggi il principale strumento di costruzione

non solo dell'opinione pubblica, ma anche dell'esperienza quotidiana, del “mondo della vita”, delle più profonde rappresentazioni sulle quali si snodano l'esistenza e il pensiero moderni. Permane invece la diffusa tendenza a considerare la televisione come una macchina produttrice di anti-cultura, che per così dire ruba l'anima a tutto ciò che riesce a inglobare nel suo tubo catodico (e che respinge, di conseguenza, le scienze che hanno la cultura umana come proprio oggetto).

Questo atteggiamento, di per sé, non è molto utile a capire la modernità (o post-modernità, se vogliamo) culturale; ed appare decisamente sterile in relazione al calcio e agli sport in genere. Quale autenticità vuole difendere la critica del “TV-calcio”? Certo, sono comprensibili le preoccupazioni per il modo in cui la TV ingloba e massifica la cultura, annullandone le potenzialità critiche e ponendo le premesse per la società del Grande Fratello. E lo sono ancor più quelle sul rapporto tra TV e politica, un rapporto che per alcuni finirebbe per condurre ad uno svuotamento del concetto stesso di democrazia così come lo ha elaborato la tradizione liberale dell'Occidente (v. p.es. Postman 1984, Kellner 1990). Ma non è chiaro che cosa si debba difendere di autentico nel calcio - se non la memoria che ognuno di noi ha delle esperienze della propria giovinezza come più vere ed essenziali. Quali valori originari vanno perduti nella trasformazione elettronica del calcio? Se si tratta soltanto di quella retorica dei bravi ragazzi “che fanno gruppo”, riproposta dal CT (ormai ex-) della nazionale italiana Cesare Maldini sulle pagine di *Micromega*, è francamente un po' poco.

Riferimenti bibliografici

Accame, Felice

1990 «Esplicito ed implicito nella designazione dell'evento calcistico», in AA.VV., *Football. I domini del calcio*, Firenze, Artificio, pp. 127-32

Andreu, Jaime

1990 «Football et TV: vers un nouveau concept de masse», intervento al convegno *Le football et l'Europe*, Firenze, Istituto Universitario Europeo, 3-5 maggio 1990

Bromberger, Christian

1992 «Lo spettacolo delle partite di calcio. Alcune indicazioni di analisi etnologica», in

P. Lanfranchi (a cura di), *Il calcio e il suo pubblico*, Napoli, Edizioni scientifiche

italiane, pp. 183-220

1995 *Le matchs de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, Paris, Editions de la Maison des sciences de l'homme

Dal Lago, Alessandro

1990 *Descrizione di una battaglia. I rituali del calcio*, Bologna, Il Mulino

Dei, Fabio

1992 «Il calcio: una prospettiva antropologica», *Ossimori. Periodico di antropologia e scienze umane*, 1, pp. 7-31

Ginsborg, Paul

1998 *L'Italia del tempo presente. Famiglia, società civile, Stato 1980-1996*, Torino, Einaudi

Kellner, Douglas

1990 *Television and the Crisis of Democracy*, Boulder, Col., Westview Press

Lindner, Rolf

1990 «From ritual to show : Notes on football in the process of social change», intervento al convegno *Le football et l'Europe*, Firenze, Istituto Universitario Europeo, 3-5 maggio 1990

Morris, Desmond

1981 *The Soccer Tribe*, London (trad.it. *La tribù del calcio*, Milano, Mondadori, 1982)

Palieri, Maria Serena

1995 «La TV uccide il calcio» (intervista ad Alessandro Dal Lago), *L'Unità*, 5 Aprile, p. 10

Postman, Neil

1985 *Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business*, New York, Viking Penguin Inc.

Ravaglioli, Fabrizio

1990 *Filosofia dello sport*, Roma, Armando

Simonelli, Giorgio

1998 «Come le televisioni trasformano lo sport», in G.Bettetini, A.Grasso (a cura di), *Lo specchio sporco della televisione*, Torino, Fondazione Giovanni Agnelli,

pp.259-91

Simonelli, G. - Ferrarotti, A.

1995 *I media nel pallone*, Milano

Turner, Victor

1982 *From Ritual to Theatre*, New York (trad.it. *Dal rito al teatro*, Bologna, Il Mulino, 1986)