



HAL
open science

L'âne et les feux d'artifice. Essai sur l'imaginaire de Naples à travers son football

Christian Bromberger

► **To cite this version:**

Christian Bromberger. L'âne et les feux d'artifice. Essai sur l'imaginaire de Naples à travers son football. Ferveurs contemporaines. Textes d'anthropologie urbaine offerts à Jacques Gutwirth, réunis par Colette Pétonnet et Yves Delaporte, Collection Connaissance des hommes, L'Harmattan, pp.303-319, 1993. halshs-00004501

HAL Id: halshs-00004501

<https://shs.hal.science/halshs-00004501>

Submitted on 29 Aug 2005

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

L'ANE ET LES FEUX D'ARTIFICE

Essai sur l'imaginaire de Naples à travers son football*

Christian Bromberger

[Rédaction 1991

Référence de publication : Bromberger Christian : « L'âne et les feux d'artifice. Essai sur l'imaginaire de Naples à travers son football », *Textes d'anthropologie urbaine offerts à Jacques Gutwirth, réunis par Colette Pétonnet et Yves Delaporte*, Paris, L'Harmattan (Connaissance des hommes), 1993, pp. 303-319. ISBN2738422403. Notice sommaire en ligne oai:halshs.ccsd.cnrs.fr:halshs-00003996_v1 URL <http://halshs.ccsd.cnrs.fr/halshs-00003996>]

Dans plusieurs de ses écrits Jacques Gutwirth note que la ville « avec ses rues animées, ses amples avenues, son vaste public », sa diversité sociale se prêtant à de multiples regroupements associatifs, offre un cadre propice, voire « nécessaire », à l'émergence et au déroulement de grands rituels spectaculaires (1991 : 6). Parmi ceux-ci, le match de football, intimement lié à la culture urbaine et industrielle, occupe aujourd'hui une place de choix. Le supporter de *Fluminense* que fut Jacques Gutwirth pendant sa jeunesse brésilienne trouvera, j'en suis sûr, dans cette évocation d'une ville à travers son football, le témoignage d'une amicale connivence et l'ethnologue de la ville qu'il est devenu y reconnaîtra peut-être un biais fécond pour scruter tout à la fois les valeurs générales qui façonnent notre époque et le style singulier d'une collectivité urbaine.

Voilà pourtant, il est vrai, de bien curieux postulats. Une tradition philosophique et sociologique fortement ancrée¹ nous invite, en effet, à envisager avec la plus grande circonspection l'engouement populaire pour les compétitions sportives, considérées comme des moyens de détournement et de méconnaissance des problèmes et des valeurs réels d'une société. Opium

* Cet essai est une version remaniée d'un article paru initialement en italien : « Ciuccio e fuochi d'artificio », *Micromega* 1990, 4 : 171-81.

¹. Point de vue soutenu notamment par Brohm & al. (1982) ; voir la critique de cette vision manipulatoire dans Bromberger (1988).

du peuple, unanimité fugace masquant tensions et oppositions, manipulation, divertissement écartant de l'essentiel, culture de masse standardisée... : les qualificatifs péjoratifs abondent pour stigmatiser les formes et les fonctions de tels spectacles. Cette conception critique et désenchantée ne manque sans doute pas d'arguments. S'agissant de Naples on rappellera, par exemple, qu'Achille Lauro, armateur et maire monarchiste de la ville, joua de son rôle à la tête du club² pour asseoir son hégémonie politique. Un de ses slogans lors de la campagne des élections municipales de 1952 était : « *Con Lauro per una grande Napoli, per un grande Napoli* » (« Avec Lauro pour une grande ville de Naples, pour un grand club de Naples »). On pourrait avancer aussi – mais l'argument est plus spécieux, nous y reviendrons – que les deux récents *scudetti* (titres de champions d'Italie), remportés en 1987 et 1990, ont apporté des compensations symboliques purement illusoire, etc. On ne peut nier l'existence de tels processus mais la passion pour le football recouvre bien d'autres fonctions et significations.

D'une façon générale, si un match fascine, c'est qu'il condense, tel un drame philosophique, les valeurs essentielles qui façonnent nos sociétés : il exalte le *mérite*, la performance, la compétition entre égaux ; il donne à voir et à penser, de façon brutale et réaliste, l'incertitude et la mobilité des statuts individuels et collectifs que symbolisent les figures emblématiques des joueurs sur les bancs de touche, les ascensions et les déchéances de vedettes, les promotions et les relégations des équipes, les rigoureuses procédures de classement, cette règle d'or des sociétés contemporaines fondées sur l'évaluation des compétences. Il valorise – tout autant que la performance individuelle – le travail d'équipe, la solidarité, la division des tâches, la planification collective à l'image du monde industriel dont il est historiquement le produit.

Mais si le match de football est aussi captivant à regarder que « bon à penser », c'est que l'*aléatoire*, la *chance* y tiennent une place singulière en raison de la complexité technique du jeu, fondé sur l'utilisation anormale du pied, de la tête et du torse, de la diversité des paramètres à maîtriser pour mener une action victorieuse, et du rôle écrasant de l'arbitre qui doit sanctionner immédiatement des infractions souvent difficiles à percevoir. Le football rappelle ainsi avec brutalité, comme ces jeux médiatiques où la roue peut avoir raison du savoir, que le mérite ne suffit pas toujours pour devancer les autres, que des impondérables peuvent, à rebours de toute prévision statistique, modifier la trajectoire d'une balle comme ailleurs celle d'une vie. Il s'offre ainsi comme une riche variation sur la fortune ici-bas.

Si, sur le chemin du but, il faut conjuguer le mérite et la chance, il faut parfois aussi s'aider de la *tricherie*, le simulacre et la duperie mis en œuvre à bon escient se révélant ici, plus que dans d'autres sports, d'utiles adjuvants. A ces multiples leçons de friponnerie – un moyen, parmi d'autres, de s'en sortir – la figure noire de l'arbitre oppose les rigueurs de la loi. Mais comme la plupart des sanctions punissent des fautes *intentionnelles* (dont

². Il régna directement ou indirectement sur le club de 1936 à 1963.

l'intentionnalité est précisément délicate à établir : la main était-elle volontaire ou involontaire ?), le match se prête à un débat dramatisé sur la légitimité et l'arbitraire d'une justice imparfaite.

Le football incarne ainsi une vision à la fois cohérente et contradictoire du monde contemporain. Il exalte le mérite individuel et collectif mais il souligne aussi le rôle de la chance et de la tricherie dans les destinées individuelles et collectives. Par ces mêmes propriétés et la forme qu'y revêt la justice, il donne à voir un monde *humainement* pensable, y compris quand la réussite n'est pas au rendez-vous. A un ordre irrécusable fondé sur le pur mérite, il oppose en effet le recours du soupçon et d'une incertitude essentielle.

Si le football dévoile les méandres du destin, il nous place tout aussi brutalement devant quelques autres vérités fondamentales, obscurcies ou affadies dans le quotidien. Il nous dit avec éclat que dans un monde où les biens sont en quantité finie, le malheur des uns est la condition du bonheur des autres (*Mors tua, vita mea*)³ ; il nous rappelle encore que le bonheur ne se construit pas seulement sur les déboires du voisin ou de l'adversaire du jour. Il faut aussi – et l'arithmétique des championnats l'illustre pointilleusement – que sur d'autres terrains des rivaux proches ou lointains, faibles ou forts, perdent ou gagnent pour que nous parvenions au succès. Une compétition de football illustre ainsi une autre loi de la vie moderne, l'interdépendance complexe des destinées sur le chemin du bonheur.

Le football offre enfin, dans sa forme actuelle d'organisation (des championnats corporatifs aux championnats du monde), un support expressif à l'affirmation des identités collectives et aux antagonismes locaux, régionaux, nationaux. C'est sous ce dernier aspect que l'on voudrait ici envisager la passion pour le football à Naples, en tentant de lire, par-dessus l'épaule des joueurs de l'équipe et des *tifosi* (supporters), quelques caractéristiques saillantes de la culture locale. Que nous disent le style de jeu que l'on prise, les formes de supporterisme que l'on met en œuvre, de l'identité, réelle et imaginaire, de la ville⁴ ? Comment les propriétés d'une pratique et d'un spectacle universels sont-elles ici combinées pour produire un assemblage spécifique ?

³. Sur cette vision du monde, cf. Cirese (1960 : 169-74 et 1990 : 107-13).

⁴. La plupart des données ont été collectées de 1987 à 1990 lors de trois enquêtes. Des informations complémentaires proviennent de Ciuni (1985) et des deux beaux volumes édités par *Il Mattino* à la suite de la victoire en championnat de 1987. Notre travail s'inscrit dans un programme de recherche sur les modalités et les significations de l'engouement populaire pour les matchs de football en Méditerranée nord-occidentale, menée avec la collaboration d'A. Hayot et de J.-M. Mariottini et soutenue par la Mission du Patrimoine Ethnologique : voir Bromberger & al. (1987 ; à paraître) et Bromberger (1992 : 183-220) ; voir aussi le film, produit par la Télévision Suisse Romande et réalisé par Philippe Grand : *Passion et rituels du foot*, TSR, 1990.

Le style de jeu comme métaphore d'une identité collective

Chaque grande équipe, locale ou nationale, se singularise par son style de jeu, perçu par les supporters comme la symbolisation d'un mode spécifique d'existence collective. Ce style, où l'on se plaît à se reconnaître, ne correspond pas toujours, loin s'en faut, à la pratique réelle des joueurs, qui se renouvelle année après année et obéit à des choix tactiques variables selon les entraîneurs, mais plutôt à l'image stéréotypée qu'une collectivité se donne d'elle-même et qu'elle souhaite donner aux autres. A ce titre le style local participe d'un « imaginaire collectif » ou d'une « mentalité », au sens que M. Vovelle (1982) donne à ces termes : non pas tant la façon dont les hommes (jouent et) vivent mais la manière dont ils se plaisent à raconter (le jeu de leur équipe et) leur existence. Pour le jeune supporter, découvrir progressivement les propriétés du style local est une manière d'éducation sentimentale aux valeurs qui façonnent l'imaginaire de sa ville ou de sa région.

Qu'en est-il du style napolitain ? Il apparaît – et l'opposition est révélatrice – comme la réplique inverse de celui de la Juventus de Turin, symbolisé par les trois S : « *Semplicità, serietà, sobrietà* » (« Simplicité, sérieux, sobriété »), devise inventée par E. Agnelli, Président de la Fiat et du Club dans les années 1920-1930, et qui résume un projet de société industrielle, fait de rigueur et d'efficacité. A Naples, au contraire, on prise tout particulièrement le jeu fantasque, le panache, la virtuosité, l'action d'éclat, le « numéro ». Au jeu construit et sobre qu'impose le « *Juventus stile* » s'oppose la fantaisie spectaculaire incarnée ces dernières années à Naples par le trio Carnevale, Maradona, Careca, ce dernier scandant ses exploits par un pas de samba. Révélatrice, pour l'observateur extérieur, de ce goût pour la virtuosité ludique, la délectation jubilatoire qu'expriment les spectateurs face à une prouesse technique d'un des leurs, fût-elle, au bout du compte, inefficace. M. Mauro, qui a joué successivement à la Juve et au Napoli, soulignait, dans un entretien, le contraste tranché entre ces deux façons de concevoir le football et la vie. A ces ingrédients stylistiques, modelés par le sens du spectacle et de la culture scénique, on ajoutera la malice, la ruse, la facétie dans le jeu, voire la roublardise, autant de traits qui renforcent le parallèle que l'on peut établir entre le style napolitain et le style brésilien et illustrent sans doute une règle d'or existentielle commune⁵.

La popularité des joueurs, passés et actuels, tient bien sûr à leurs qualités proprement sportives mais aussi à leur capacité à incarner ces dimensions de l'imaginaire local. Une des figures les plus emblématiques du club, ayant associé, à tous les sens du terme, le spectacle et le football est Attila Sallustro, vedette de l'équipe de 1925 à 1935. Dilettante et virtuose surnommé « *il veltro del calcio* » (« le lévrier du football »), Sallustro partageait sa passion entre le football et Lucy d'Albert, vedette du *Teatro Nuovo*, qu'il épousa au terme de sa carrière. Parmi les autres gloires passées, les *tifosi* commémorent

⁵. Sur le style de jeu brésilien valorisant l'esquive plutôt que l'affrontement, cf. Da Matta (1982).

tout particulièrement celles qui symbolisaient avec éclat une des facettes du style local : dans les années 1950 Pesaola, *el petisso*, un Argentin malin et fantaisiste ; Vinicio, « *o liono* », Brésilien au jeu déconcertant, qui, devenu entraîneur du club dans les années 1970, y promut le football total à une époque où dominait en Italie le *catenaccio* (le verrou défensif) ; dans les années 1960 d'autres attaquants virtuoses, sud-américains encore : Jarbas (dit Canè), Altafini, Sivori (*el cabazon*), etc. De façon symptomatique de très grands joueurs, moins spectaculaires mais pourtant tout aussi efficaces, occupent un moindre rang dans le légendaire local : tel est le cas, par exemple, de Jeppson, un Suédois rigoureux, amateur de tennis et de gymnastique, transféré à Naples en 1953 pour la somme record à l'époque de 105 millions de lires, qui « était admiré mais non pas aimé » par les *tifosi* napolitains, selon les mots de G. Palumbo.

Dans les dernières années, la popularité de Maradona a tenu – faut-il le souligner ? – à la qualité de ses exploits sportifs ; mais elle n'aurait pas connu de tels sommets si n'existait une profonde connivence entre le style du joueur et celui de la cité. Virtuose, facétieux, voire roublard, se déplaçant avec sa famille et ses amis, amateur de coups d'éclat, Maradona s'adapta mal au style de jeu « géométrique » du « Barça » (le F.C. Barcelone) – où l'on a toujours préféré les joueurs d'Europe du nord aux Sud-Américains – et au style de vie, un tantinet guindé, que l'on prise dans la capitale catalane. A Naples, sa réussite, sportive et symbolique, fut, en revanche, totale. L'identification était telle qu'on lui reconnaissait volontiers des origines italiennes, certifiées, dit-on, par un œil malicieux rappelant celui des « *scugnizzi* » (enfants) des quartiers populaires de la ville.

Formes et style du supporterisme

Au style de jeu que l'on prise sur le terrain correspond un style de supporterisme qui porte aussi la marque de la culture locale. Ce n'est ni par l'ampleur de ses chorégraphies dans le stade, ni par l'éventail de ses facéties cinglantes à l'adresse de l'adversaire que la *tifoseria* napolitaine se singularise mais bien plutôt par son expression lyrique, sa capacité auto-ironique, son sens parodique et par un extraordinaire mélange de tradition et de modernité dans ses formes d'adhésion.

Bien des inscriptions que l'on peut lire sur les banderoles (*striscioni*) déployées dans le stade ou dans les rues se caractérisent par un lyrisme emphatique où perce, çà et là, une connivence amusée par l'énormité des métaphores que l'on file : « *Napoli, alza gli occhi e guarda il cielo : è l'unica cosa piu grande di te* » (« Naples, lève les yeux et regarde le ciel : c'est la seule chose plus grande que toi ») ; « *L'immensità del cielo non basta a far ti capire l'amore che proviamo per te* » (« L'immensité du ciel n'est pas assez grande pour te faire comprendre l'amour que nous éprouvons pour toi ») ; « *Azzurri, siete la decima di Beethoven !* » (« Bleus azur, soyez la dixième de Beethoven ! ») ; « *Dopo Dio Napoli. Viva il Sud !* » (« Après

Dieu, Naples. Vive le sud ! ») ; « *I figli del sole strappano lo scudetto ai figli del freddo* » (« Les fils du soleil arrachent l'écusson [symbole du titre de champion] aux fils du froid »).

Plus originales encore pour l'observateur extérieur, habitué aux slogans stéréotypés d'auto-glorification qui ornent stades et villes, des formes d'auto-dérision qui portent souvent la marque d'une culture ironique de la catastrophe et du victimisme. Ironie sur sa propre joie quand un *tifoso* écrit sur un mur de la ville au lendemain du *scudetto* de 1987 : « *Si chiste è nu suon, nun me scetate* » (« Si c'est un rêve, ne me réveillez pas ! »). Cocasse férocité quand tel autre suspend aux fenêtres de son taudis une banderole portant « *Il sogno è ora realta* » (« Le rêve est maintenant réalité »), pensant, sans doute, que la réalité, elle, n'est pas devenue un rêve ! Mais surtout reprise à son compte de stigmatisations dégradantes pour, en définitive, mieux stigmatiser le stigmatiser. Au « *Benvenuti in Italia* » (« Bienvenue en Italie ») que brandissent les *tifosi* des équipes du nord quand ils reçoivent les Napolitains, ceux-ci répondent après leur victoire en championnat : « *Milano, Torino, Verona, questa è l'Italia ? Meglio essere africani* » (« Milan, Turin, Vérone. C'est ça l'Italie ? Mieux vaut être africain ! ») ou encore « *Meglio vincere da terroni che perdere da Berlusconi* » (« Mieux vaut une victoire de culs-terreux qu'une défaite de Berlusconi »).

Le symbole de ce regard facétieux sur soi – qui n'exclut pas, loin de là, un fort orgueil campaniliste – est précisément l'emblème que s'est donné le club en 1926 : l'âne, « *ciuccio 'é fechele* ». Sur les circonstances de ce choix paradoxal pour honorer une ville, les versions abondent et divergent : à la suite d'une saison catastrophique un *tifoso* aurait comparé l'équipe à un âne ; tradition inverse, un fabricant de feux d'artifice se serait rendu à Rome avec son âne pour le derby du soleil ; Naples ayant gagné, le président d'alors, Ascarelli, aurait choisi cet humble animal pour emblème du club. Les Napolitains demeurent fortement attachés à ce symbole, que l'on a officiellement remplacé, depuis quelques années, au grand dam des *tifosi*, par un Gennarino⁶ au look beaucoup plus moderne. Battu, traité avec mépris, accusé de tous les maux, l'âne représente bien l'image que les autres renvoient aux Napolitains qui l'assument avec sourire. Image ironique encore, du retournement du destin, au soir du *scudetto* de 1987 l'effigie de l'âne, animal habitué à tirer de lourdes charrettes, fut porté en triomphe sur un char allégorique.

Davantage encore que par ces traits stylistiques la *tifoseria* napolitaine se caractérise par sa capacité à mettre en œuvre, sur un mode plus ou moins parodique, les registres les plus divers, présents ou passés, vifs ou dormants, du folklore local.

Les pratiques des *tifosi* pour conjurer le mauvais sort et peser sur l'aléatoire puisent abondamment aux registres « officiel » et périphérique de la croyance. Rares sont les *tifosi* qui ne se déplacent avec des images pieuses ;

⁶. *Gennarino* : petit *Gennaro*, nom du saint patron de Naples. La figurine représente un jeune enfant espiègle.

certains prient avant les matchs mais surtout le football, sport moderne et laïque, est un domaine où s'appliquent préférentiellement les pratiques traditionnelles de *scaramanzia* et de *jettatura* (pratiques pour conjurer ou jeter le mauvais œil) : des *tifosi* portent des amulettes propitiatoires, brandissent des cornes ou les figurent pour attirer le mal sur les autres et protéger les leurs ; certains portent des sous-vêtements aux couleurs du club ; d'autres rangent pièces et billets toujours sur la même face, etc. Avant une rencontre décisive on évite les initiatives qui pourraient susciter l'envie et par là même attirer le mauvais œil : en étalant avec suffisance, pendant la saison 1990, sa certitude de remporter le « grand Chelem » (coupe et championnat d'Italie, coupe d'Europe des clubs champions), Berlusconi, le président du Milan A.C. n'a-t-il pas attiré l'envie et la défaite ? Ces pratiques sont, pour l'ethnologue, d'excellents observatoires du statut de la croyance ; la sincérité des *tifosi* qui les respectent scrupuleusement n'exclut pas une prise de distance critique qui prend souvent un tour facétieux : « *Non è vero ma ci crediamo* » (« Ce n'est pas vrai mais nous y croyons »), affiche un vendeur de porte-bonheur. Ici, comme souvent ailleurs, la distance au rituel fait encore partie du rituel⁷.

C'est ce même statut ambigu, plus ou moins fervent ou parodique, qui caractérise bien des épisodes des fêtes du *scudetto* où l'on rejoue sur un autre mode des rituels traditionnels. La parodie éclate quand tel *tifoso* organise, à la veille du *scudetto* 1990, la vente de flacons de larmes de Berlusconi, auxquels il joint un certificat d'inauthenticité, ou dans ce *Notre Père* où Maradona remplace le Seigneur :

<i>Maradona nostro</i>	Notre Maradona
<i>Che scendi in campo</i>	Qui descends sur le terrain
<i>Abbiamo santificato il tuo nome</i>	Nous avons sanctifié ton nom
<i>Napoli è il tuo regno...</i>	Naples est ton royaume...
<i>Non ci indurre in illusioni</i>	Ne nous apporte pas d'illusions
<i>Ma conducici allo scudetto.</i>	Mais conduis-nous à la victoire en championnat.
<i>Amen</i>	Amen

C'est sans doute dans des rituels funéraires que cette dimension parodique et carnavalesque s'est affirmée le plus nettement : chapelle votive dressée, dans le quartier populaire de Forcella, à la mémoire de Berlusconi, innombrables faire-part et cercueils blasonnés aux couleurs du club rival, portés en liesse à travers la ville (fig. 1). Le culte des idoles s'est, par ailleurs, çà et là, coulé dans des formes classiques de religiosité populaire : des effigies de Maradona ont pris la place de celles de San Gennaro et de San Antonio ou ont été associées à celles de la Madonna dell'Arco. Des *tifosi* ont même réalisé un buste d'un San Gennarmando, collusion du nom du saint patron et du prénom de Maradona.

⁷. Cf. Héran (1986 : 231-263). Sur ces formes de distanciation, voir aussi Douglas (1971 : 24) : « L'anthropologue attend pour le moins des primitifs qu'ils célèbrent leurs rites avec révérence. Comme le touriste libre-penseur en visite à Saint-Pierre, il est choqué par le bavardage irrespectueux des adultes, par les enfants qui jouent aux galets sur les dalles de pierre ».

Le culte des morts, une autre dimension saillante de la piété populaire, n'a pas été oublié dans cette mise en scène qui mobilise toutes les ressources symboliques de la culture locale : « *Ca v'avite perso* » (« Ce que vous avez perdu ! ») ; « *In omaggio ai tifosi che non hanno avuto il piacere di arrivare a questo giorno* » (« En hommage aux supporters qui n'ont pas eu le plaisir d'arriver à ce jour »). Spectacles totaux, la fête du *scudetto* et, dans une moindre mesure, les grands matchs, sont des moments privilégiés d'affirmation, voire de résurrection, de formes traditionnelles d'expressions festives ou artistiques. A l'occasion des deux *scudetti* ont été remis à l'honneur les chars allégoriques qui défilaient jadis, en grande pompe, lors du pèlerinage à Piedigrotta ; aux effigies (*pupazzi*) traditionnelles se sont substituées celles de joueurs, celle, par exemple de Maradona faisant une transfusion sanguine à Gulli – la vedette du Milan A.C. – terrassé.



Fig. 1. *Faire-part parodique distribué avant la partitissima (match au sommet) Napoli-Juventus (25 mars 1990), décisive pour le titre de champion.*

« Après 90 minutes d'agonie et de supplice, déchiquetée par 11 paladins bleus azur, la dame Juventus est morte. Tous les supporters napolitains vous font part de cette joyeuse nouvelle et ne s'associent pas au deuil juventin. Les obsèques partiront du stade S. Paolo aussitôt après la rencontre ».

Lors du dernier *scudetto* une batterie de cent mètres de feux d'artifice – ce symbole si prisé du style flamboyant de la ville – a été installée à Santa Lucia, là même où on célèbre, sur un mode similaire, au mois de septembre, la fête de la Vergine della Catena. Enfin, beaucoup de slogans et d'hymnes à la gloire de l'équipe proviennent du répertoire des chansons napolitaines : « *Maradona innamorato* » (« Maradona amoureux ») est une adaptation de la chanson de Sergio Caputo sur Garibaldi et le fameux « *E'me diciste si 'na sera è maggio* » (« Et tu m'as dit oui un soir de mai ») – le « must » des slogans célébrant le *scudetto* de 1987 – provient du célèbre « *Maggio si tu!* » composé en 1913 par E.-A. Mario⁸.

Que la *tifoseria* du stade et a fortiori les fêtes des *scudetti* se présentent comme une mise en scène et une réadaptation, plus ou moins parodiques, de la culture locale traditionnelle ne fait pas de doute. Mais on aurait grand tort de s'arrêter à ce type de constat au risque de tomber dans la folklorisation et de verser dans une sorte de bucolique ethnologique. La *tifoseria*, ici comme ailleurs, est aussi de plain-pied dans la plus vibrante des modernités : dans le stade l'air et le rythme des encouragements sont, au total, davantage empruntés aux succès internationaux à la mode, aux chansons italiennes, aux slogans que scandent les manifestants qu'aux chansons napolitaines ; les noms que se donnent les groupes ultras⁹, les emblèmes qu'ils exhibent (Che Guevara, par exemple) ne témoignent d'aucune affinité symbolique directe avec la culture locale.

Le commando « ultra » qui occupe le centre du virage B du stade San Paolo s'apparente, au demeurant, davantage à une entreprise performante qu'à quelque confrérie traditionnelle : il gère le capital de ses 6 000 adhérents, commande à des professionnels les banderoles qu'il déploie, fait sponsoriser ses emblèmes, publie un journal tiré à 10 000 exemplaires, produit une émission télévisée hebdomadaire – « *Una ora con la curva B* » (Une heure avec le virage B) –, joue de la spectacularité, sur le mode le plus moderne, c'est-à-dire sur le mode médiatique. Le chef charismatique du commando, Palummella (« la colombe »), ainsi surnommé parce qu'il saute d'un gradin à l'autre du stade, incarne, de façon exemplaire, la conjonction entre tradition et modernité. Il prie, dit-il, avant les matchs, collectionne des images pieuses dont il ne se sépare pas, a fait peindre sa salle de bains en bleu et blanc ; pendant l'émission de télévision qu'il anime, il évoque, par ses appels à la mobilisation, les *capo-popolo* (« meneurs ») de jadis, et est entouré d'un poète, d'un chanteur... Voilà pour la tradition actualisée. Mais parallèlement Palummella cultive le « look clean » d'un manager de pointe, a organisé son secrétariat comme celui d'une entreprise, s'est hissé socialement grâce au supporterisme et se comporte en vedette médiatique, incarnant par là une dimension majeure de la modernité : la consécration visible de l'individu.

⁸. Voir, sur ce thème, le très intéressant article de Cesarini : « *E campione fa rima con canzone* », *Il Mattino* (supplemento del 13 giugno 1987).

⁹. « *Ultras* » (de *ultra-tifo* : soutien extrémiste) désigne les groupes de jeunes supporters les plus fervents qui s'assemblent dans les virages des stades.

Ainsi se conjoignent, dans des proportions variables au stade et dans la rue où l'on fête le *scudetto*, des formes modernes et traditionnelles pour célébrer une identité bafouée.

Sens et destin

Au-delà de la culture scénique, ludique, festive qui prédispose Naples à s'enflammer pour le spectacle du football, à quoi rime au fond cet extraordinaire engouement, quels sens les *tifosi* attribuent-ils aux malheurs et aux exploits de leur club ?

C'est le propre de villes sinistrées, nostalgiques d'une grandeur passée et aujourd'hui bafouées de l'extérieur, de porter une ferveur sans commune mesure à l'équipe qui les représente. Sur ce plan, Naples présente de notables affinités avec d'autres métropoles en crise comme Marseille ou Liverpool. Quelques chiffres donneront une idée de l'ampleur de l'engouement pour le club dans la cité : plus de 70 000 abonnés en 1975, année faste, où, en avril, plus de 10 000 napolitains font le déplacement à Turin à l'occasion d'un match décisif pour le *scudetto* ; plus de 67 000 abonnés en 1984-85 quand Maradona débute dans l'équipe ; plus d'un million d'objets, représentant quelque 60 milliards de liras, vendus lors de chaque fête du *scudetto*. Et au-delà de ces chiffres – inégalés en Italie – l'omniprésence de cette ferveur dans la ville qui se traduit par le bleu-azur dont on a recouvert les bordures de trottoir, le bas des murs, les panneaux de signalisation dans les quartiers populaires, ou encore par l'exceptionnelle densité des Napoli Club (de *tifosi*) dans le tissu urbain et provincial. L'*Associazione Italiana Napoli Club* ne détient sans doute pas, loin de là, le record du nombre de membres : 96 000 répartis dans 526 clubs (à titre de comparaison la prestigieuse Juventus de Turin en compte plus du double) mais un trait doit retenir l'attention : la concentration de la très grande majorité de ces clubs en Campanie, alors que la Juventus – figure d'une réussite universelle – compte seulement 15 % de ses clubs de *tifosi* dans le Piémont. Naples s'agrippe d'autant plus à son identité qu'elle est méprisée par les autres. Dans le réseau des clubs de *tifosi*¹⁰ la ville compte au total peu d'amis (Bologna, Genoa, Cesena, Perugia, Ascoli, Empoli) et suscite les slogans les plus outranciers¹¹ quand son équipe se

¹⁰. En Italie, les clubs de supporters s'organisent en deux grands réseaux d'alliances, mutuellement antagonistes. Les inimitiés tiennent soit à d'anciens différends sportifs, soit à des rivalités qui s'enracinent plus profondément dans l'histoire.

¹¹. La virulence du langage des supporters ne doit cependant pas être prise au pied de la lettre. Pour en prendre la juste mesure, il faut se rappeler que la partisanerie est, dans ce type de confrontation, la condition nécessaire de la plénitude de l'émotion. Quoi de plus insipide qu'une rencontre sans « enjeu » où l'on ne se sent pas soi-même acteur, où l'on ne passe pas de « ils » au « nous » ! Insultes, surenchères participent ainsi de la nature oppositive du spectacle dans l'un des rares espaces – le stade – où demeure toléré le débridement des émotions collectives (le « *controlled decontrolling of emotions* », disait Elias). Est-ce à dire pourtant que ces quolibets sont dépourvus de sens ? Certainement pas, mais leurs ressorts sont à chercher à la fois à l'extérieur et à l'intérieur de la logique du jeu. Quand, par exemple, les supporters milanais traitent les Napolitains d'« Africains », l'insulte n'est pas anodine – tant s'en faut – mais on en

déplace dans le nord de l'Italie : « *Con ebrei anche i napoletani* » (« Avec les Napolitains comme avec les Juifs »), « *No alla vivisezione, usiamo i napoletani* » (« Non à la vivisection ! Utilisons les Napolitains »), « *Napoletano, aiuta l'ambiente, lavati* » (« Napolitain, contribue à la sauvegarde de l'environnement. Lave-toi ») peut-on lire sur les banderoles des tifosi du Milan A.C.

Face à ces stigmatisations, les ripostes napolitaines puisent à plusieurs registres d'auto-valorisation et de dénonciation, variables selon les circonstances, l'adversaire, les tendances idéologiques des groupes de tifosi : l'exaltation du soleil face à la grisaille du nord ; la revendication de la civilisation face à l'affairisme septentrional : « *Napoli campione di calcio, cultura e civiltà* » (« Naples champion de football, de culture et de civilité »), « *La civiltà non si compra con i soldi* » (« La civilité ne s'achète pas avec de l'argent ») – « Qui est plus civilisé ? » Cette vieille question évolutionniste semble du nord au sud passionner les Italiens – ; l'affirmation de la liberté face à la domination des empires industriels : « *Juventini (...) al servizio del padrone. O Juve nera, succhia piselli di tutta quanta la famiglia Agnelli* » (« Supporters de la Juve au service du patron (...) O Juve noire "lèche-cul" de toute la famille Agnelli »), ou encore la révolte de la vertu contre un complot généralisé fomenté par un nord corrompu : « *Contro massoni, piduisti, corruttori, venduti, sfruttatori e razzisti i tifosi napoletani invitano gli azzurri alla lotta dura senza paura* » (« Contre les francs-maçons, les membres de la loge P2, les corrupteurs, les vendus, les exploités et les racistes, les supporters napolitains invitent les bleus azur à la lutte dure sans peur »), pouvait-on lire dans un numéro de 1990 de *Napulissimo*, le journal du commando ultra. Si les tifosi ont leurs poètes, ils ont aussi leurs philosophes, érigeant le club en symbole des couches subalternes spoliées par les potentats industriels du nord.

Ne versons pas cependant dans une sorte d'angélisme de la tifosieria napolitaine qui s'opposerait aux pratiques brutales de clubs septentrionaux ; d'une part, les insultes blessantes fusent quand apparaissent, par exemple, des *Juventini* (« Bruxelles », « Liverpool », crie-t-on pour leur rappeler le drame du Heysel¹²) ; de l'autre, si le public napolitain a obtenu en 1986-87 le prix du « fair play », c'est largement la conséquence d'une politique volontariste du club qui, par le truchement des responsables des Napoli Clubs et du Commando Ultra, a pris le parti d'un contrôle et d'une régulation de la foule dans le stade. Auparavant, les émeutes, rixes, invasions de terrain scandaient, ici comme ailleurs, les confrontations importantes.

relativisera la portée en se rappelant que ces mêmes Milanais soutinrent avec enthousiasme, lors du *Mondiale* 1990, l'équipe du Cameroun contre celle de d'Argentine qui comptait dans ses rangs un joueur... napolitain (en l'occurrence Maradona). Il serait sans doute tout aussi fâcheux de décréter l'arbitraire du langage du supporterisme que de lui conférer une plénitude excessive.

¹². Lors de la finale de la coupe d'Europe des clubs champions, Liverpool / Juventus de Turin, le 29 mai 1985 au stade du Heysel à Bruxelles, les incidents provoqués par des supporters anglais entraînèrent la mort de 39 personnes (en majorité des tifosi de la Juventus).

Un second type de riposte, à travers l'histoire du club, au discrédit jeté sur la ville a été de façonner une équipe brillant par des noms célèbres et par son cosmopolitisme. Recruter Sivori, Kröl, Dirceu, Maradona, Careca, etc., leur faire proclamer leur attachement à la ville, n'est-ce pas affirmer symboliquement la force d'attraction d'une cité injustement méprisée, opposer au dédain le renom ? La composition de l'équipe depuis une vingtaine d'années peut être, au demeurant, interprétée comme la marque d'un changement profond dans la représentation du destin de la cité. Jusque dans les années 70 on prisait les joueurs du nord, symboles d'une Italie prospère où l'on voyait le seul recours possible. « Nul n'est prophète en son pays », disait-on pour illustrer cette vision d'un destin irrémédiablement dépendant. L'équipe de ces dernières années composée de plusieurs joueurs du Mezzogiorno (tels Ferrara, de Napoli, Mauro, etc.), entourés de très grandes vedettes internationales, symbolise une vision et une riposte plus optimistes et volontaristes du destin de la ville.

Défaite ou victoire contre une équipe du nord prennent, dans un tel contexte d'opposition, la tournure d'un débat philosophique. La défaite alimente souvent chez les *tifosi* un discours victimiste, attribuant la responsabilité de l'échec au sort qui s'acharne sur la ville, aux jugements partisans d'un arbitre du nord, sans doute corrompu, à la chance qui sourit toujours aux adversaires, à une fatalité indéradicable. « Les jeux sont faits, la partie est truquée et le chien mord les pauvres », dirait le dicton. Dans cette optique, le *scudetto* de 1990, largement obtenu sur un coup de dés, « n'est qu'un juste retour de la fortune après tant d'infortune et d'injustices », commentait un *tifoso*.

La victoire, a fortiori le *scudetto*, apparaissent comme une revanche éclatante et méritée sur une malédiction tenace et, pour certains, comme la préfiguration d'un nouveau destin (« *Nessuna notte è tanto lunga da impedire al sole di risorgere... E noi risorgeremo* » « Aucune nuit n'est assez longue pour empêcher le soleil de renaître... Et nous renaîtrons »). Voici enfin que les rôles s'inversent ; le dominé devient dominateur, (« *Napoli campione onore della nazione* » « Naples, champion, honneur de la nation »), rejetant ceux qui habituellement le rejettent (« *Napoli campione 'nculo alla nazione* » « Naples, champion au cul de la nation » ; « *'O scudett tu vincisti pe'gghi 'n culo a sti nordisti* » « Tu as conquis le titre de champion en le prenant au cul de ces nordistes ») ; le faible domine le puissant : Berlusconi est invité à servir de gardien de parking et tel autre Milanisto de garçon d'écurie au *ciuccio* qui est porté en triomphe, etc.

Cette inversion carnavalesque des rôles habituels est-elle porteuse d'espoir ou simple illusion compensatoire ? Il est possible qu'un tel type d'événement soit l'amorce d'une reprise de confiance. Le président d'un Napoli Club l'affirmait hautement le soir du *scudetto*. Mais rien ne permet d'évaluer sérieusement les effets sur le réel de telles émotions collectives. En revanche, qu'une telle fête, et plus généralement l'engouement pour le football, détournent des problèmes réels et abrutissent les masses, voilà qui paraît fortement discutable. La ferveur et la joie n'entraînent pas forcément

l'illusion ; le football catalyse ici une identité bafouée – à ce titre il ne joue pas le rôle d'un opium lénifiant – et ne masque pas plus qu'ailleurs l'acuité des problèmes quotidiens. Pas plus que quiconque les Napolitains ne sont des « idiots culturels », aveugles sur leurs pratiques et incapables de distance critique sur le monde qui les entoure.

Territoires

Lieu de spectacle d'une pratique, le stade est aussi le lieu du spectacle d'un spectacle, celui offert par le public. Par son ampleur et par sa forme, cet espace est un des seuls où une société, à l'échelle des temps modernes, peut se donner une image sensible de son unité et de ses différenciations. Le match de football constitue ainsi une occasion exceptionnelle de théâtralisation des rapports sociaux. Deux traits sollicitent particulièrement l'attention au stade San Paolo : le contraste entre les deux virages, A et B, où le prix d'accès est pourtant identique ; l'affirmation, à travers les inscriptions portées sur les banderoles qui ceignent les gradins, de l'importance du quartier comme structure de base de la *tifoseria*.

Au centre de la *curva* (virage) A les « Blue Tiger », forts de 1 900 membres regroupant des jeunes issus, pour la plupart, des banlieues pauvres et industrielles de l'est de la ville. Leur siège est à Barra, où se tiennent le mardi et le jeudi des réunions de préparation des matchs du dimanche, avec un programme variable selon l'importance de l'enjeu, la qualité de l'adversaire, la nécessité d'organiser un déplacement. Le chef « charismatique » (« *carismatico* ») des « Blue Tiger », Bombo, âgé d'une quarantaine d'années, joue le rôle d'un véritable animateur de quartier, à l'instar d'un curé laïque qui se serait voué au sacerdoce de son club et veillerait avec bonhomie sur une jeunesse souvent à la dérive. Le style de *tifoseria* de la *curva* A, qui regroupe beaucoup de jeunes de la province proche, est à l'image de cette culture de patronage artisanal : bruyante, indisciplinée, facétieuse, exhibant des emblèmes confectionnés avec les moyens du bord.

Les « Blue Tiger » n'apprécient guère le « Commando Ultra » qui occupe le centre de la *curva* B, au style plus professionnel, hiérarchique et rigide ; celui-ci regroupe, on l'a dit, 6 000 jeunes, résidant en grande majorité dans la ville, issus de tous les milieux sociaux, parmi lesquels bon nombre de lycéens et d'étudiants. Les *curve* A et B constituent ainsi deux territoires nettement symbolisés, se singularisant chacun par un style singulier de *tifoseria*. Mais dans les deux cas le supporterisme déborde largement les simples enjeux sportifs : Bombo abrite éventuellement au siège des « Blue Tiger » des jeunes en difficulté ; le journal *Ultra Napulissimo* traite autant de politique et de l'image de la ville que de football proprement dit.

Quant aux Napoli clubs officiels, c'est-à-dire reconnus par la S.S. Calcio Napoli, ils blasonnent le stade avec leurs banderoles selon un protocole qui nécessite une minutieuse organisation collective ; en effet, les banderoles des différents clubs n'occupent jamais le même emplacement au fil du cycle

annuel pour que soit assurée entre eux une parfaite équité. Un inspecteur, désigné par l'*Associazione Italiana Napoli Club*, veille, document imprimé à la main, à la régularité de la mise en place des banderoles. Le stade, on le voit, est considéré par les *tifosi* comme un espace qui leur est propre et qu'ils gèrent, chacun dans son territoire, selon leurs propres rites.

Les Napoli clubs de la ville et de la province constituent aujourd'hui, à n'en pas douter, les structures de base de la sociabilité vicinale masculine. Chacun doit disposer d'un local indépendant et regrouper au moins 50 membres. Maisons de quartier, ils abritent des équipements de loisirs (jeux, bibliothèque...), offrent aux vieux ou aux désœuvrés un cadre récréatif, organisent parfois des activités diversifiées entièrement étrangères au sport : sorties et excursions familiales, par exemple. Ils symbolisent et actualisent cette unité d'affiliation fondamentale que demeure le quartier.

Rares sont les événements que l'on puisse qualifier de « faits sociaux totaux », si l'on entend par là avec M. Mauss – et non avec certains de ses continuateurs qui ont galvaudé le concept – des « phénomènes qui mettent en branle dans certains cas la totalité de la société et de ses institutions ». A ce registre appartient, sans nul doute, la fête du *scudetto*, spectacle total où s'imbriquent plusieurs dimensions constitutives de la vie et de l'imaginaire napolitains : l'économie clandestine, pourvoyeuse quasi-exclusive du matériel de la fête (contrairement à la plupart des autres clubs, le Calcio Napoli ne gère pas le *mercato* « marché du supporterisme ») ; des formes et un style culturels singuliers, mis en œuvre ou réadaptés pour la circonstance ; une extraordinaire capacité parodique ; la prégnance des quartiers, véritables cellules d'organisation de la fête ; la célébration d'une identité déchirée entre deux symboles contradictoires, le *ciuccio* et les feux d'artifice.

C. B., C.N.R.S. et Université de Provence

Laboratoire d'Ethnologie Méditerranéenne et Comparative

Références bibliographiques

BEAULIEU M., BROHM J.-M. & CAILLAT M. :

1982, « L'empire football », *Quel corps ?*

BROMBERGER C. :

1988, « Pour une ethnologie du spectacle sportif », MICHON B. (ed.), *Sports et sciences sociales*, Strasbourg, Université de Strasbourg : 237-266.

1992, « Lo spettacolo delle partite di calcio. Alcune indicazioni di analisi etnologica », LANFRANCHI P. (ed.), *Il Calcio et il suo pubblico*, Naples, E.S.I. : 183-220.

BROMBERGER C., HAYOT A. & MARIOTTINI J.-M. :

1987, « Allez l'O.M. ! Forza Juve ! La passion pour le football à Marseille et à Turin », *Terrain* 8 : 8-41.

à paraître, *Le match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, Paris, Maison des Sciences de l'Homme.

CIRESE A. M. :

1960, « Essai d'analyse d'un jeu cérémoniel du premier mai en Sardaigne : "Cantare su maju" », *Actes du VI^e Congrès international des sciences anthropologiques et ethnologiques*, Paris : 169-174.

1990, « Dal gioco d'Ozieri al numerus clausus dei Beati Danteschi. Tentativo di tipologia ideologica », *Brads* 14 : 107-113.

CIUNI R. :

1985, *Il pallone di Napoli*, Milano, Shakespeare and Company .

DA MATTA R. :

1982, « Notes sur le futebol brésilien », *Le Débat* 19 (fév) : 68-76.

DOUGLAS M. :

1971, *De la souillure*, Paris, Gallimard.

GUTWIRTH J. :

1991, « Anthropologie urbaine religieuse : une introduction », *Archives de Sciences Sociales des Religions* 73 : 5-15.

HERAN F. :

1986, « Le rite et la croyance », *Revue Française de Sociologie* 27 : 231-263.

VOVELLE M. :

1982, *Idéologies et mentalités*, Paris, Maspéro.