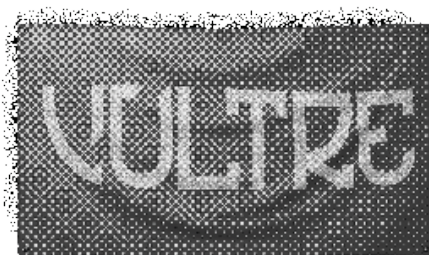


VULTRE

DAD - Dipartimento di Architettura e Design
Corso di Laurea in Design e Comunicazione
a.a. 2025/2026

Tesi di Laurea



**Analisi degli strumenti di comunicazione della
sottocultura ultras come forma di comunicazione
del disagio giovanile dagli anni '60 ad oggi**



Relatore
Tomatis Davide
Eucalipto Davide

Candidato
Scalcione Francesco

Febbraio 2026



INDICE

INTRODUZIONE

CAPITOLO 1

U/OLTRE, GLI ULTRAS IN ITALIA

- 1.1 Dagli albori
- 1.2 Fermenti giovanili e il '68
- 1.3 Giovani tifosi

CAPITOLO 2

“ULTRAS LIBERI”

- 2.1 Tipografia vernacolare
- 2.2 Tra Estremi, Art Deco e psichedelia
- 2.3 Perdita del carico ideologico
- 2.4 Casi studio
 - 2.4.1. 'Tifo' by Romain Tronchin
 - 2.4.2 Liberato e l'anonimato
- 2.5 Striscioni
- 2.6 Nemico comune

CAPITOLO 3

COREOGRAFIE, MURALES E STICKER

- 3.1 Storia, evoluzione e significato
- 3.2 Analisi Metodologica
- 3.3 Oltre lo stadio
- 3.4 Sticker: iconografie di un passaggio

CONCLUSIONI

NOTE

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

FONTI ICONOGRAFICHE



INTRODUZIONE

U/Oltre è un progetto di ricerca e analisi degli strumenti e delle modalità comunicative della sottocultura ultras come forma di comunicazione del disagio giovanile, a partire dal contesto italiano. La scelta di questo tema nasce dalla volontà di approfondire - a partire dalla comunicazione - la storia e i valori che sono alla base di questo movimento estremamente radicato nel nostro tessuto sociale.

L'obiettivo di questo progetto è quello, appunto, di andare oltre le nozioni comunemente note sugli ultras, spesso dipinti dalla comunicazione mass-mediale come un gruppo di persone "folli" e violente pronte a sacrificare se stessi per la propria squadra sportiva. È proprio da questa constatazione, personalmente affascinante, che è nata l'idea di andare oltre e cercare di capire cosa spinge queste persone a fare questo, a partire dal loro modo di comunicare.

Il titolo U/Oltre è un gioco di parole strutturato su tre livelli: il primo parte dall'etimologia della parola ultras: deriva dal prefisso latino ultra, che indica qualcosa che va "oltre", "più in là", oltre un certo limite. Nel corso dei secoli successivi veniva usato in Francia, durante la rivoluzione, per indicare delle posizioni politiche radicali, cioè oltre la moderazione, come nell'espressione "ultrarévolutionnaire". Oggi è un prefisso per indicare un'idea forte, di rottura.

Il secondo livello è legato all'espressione U/O: in primo luogo indica un gioco di parole tra "ultras" e il significato etimologico "oltre", specificando la

volontà di superare gli stereotipi attuali socialmente diffusi della figura dell'ultras. Il terzo livello fa riferimento all'area semantica delle scommesse sportive, dove, con il termine Under/Over (abr. U/O) si indica una previsione sul numero totale oltre una soglia stabilita. È una scelta che ha due riferimenti distinti: il primo legato alla metafora dell'iceberg, indicando che al di sotto dell'acqua si nascondono quelle conoscenze fondamentali che legittimano e spiegano quello che poi emerge e si vede superficialmente.

Il secondo riferimento è legato al mondo delle scommesse calcistiche, poiché la sottocultura ultras è un fenomeno estremamente legato al mondo del calcio e senza di esso non esisterebbe. Quindi, per una reale comprensione del fenomeno, è necessario provare, per quanto possibile, a mettere da parte i pregiudizi legati a questa sottocultura, istituzionalmente demonizzata e popolarmente semplificata. Si tratta di una delle sottoculture giovanile più longeve e diffuse in tutto il mondo da diversi decenni, in forme diverse a seconda dei contesti specifici. Soprattutto in Italia, la comprensione delle dinamiche socio-culturali che hanno portato alla nascita della sottocultura ultras, ha una grande valenza nella comprensione dei disagi e dei fermenti giovanili alla base di questo movimento. A ciò si aggiunge l'estrema calciofilia di un Paese come l'Italia, grazie (o a causa, non sta a me stabilirlo) alla quale è stata possibile la diffusione e la radicalizzazione di questo movimento, imponendosi come

corrente d'esempio per altre nazioni europee. Data la complessità del fenomeno, ho deciso di organizzare la narrazione e l'analisi in 3 parti.

La prima si pone l'obiettivo di dare un contesto abbastanza accurato, ripercorrendo la storia e gli eventi centrali alla nascita e alla diffusione della sottocultura ultras. Il focus del capitolo è sulla fine degli anni Sessanta e il decennio successivo, dove gli eventi legati al Sessantotto, prima e dopo quell'anno, hanno svolto un ruolo centrale nella costituzione e organizzazione del movimento. A partire da un'analisi sociologica grazie ai testi di Valerio Marchi, Antonio Roversi e Alessandro Dal Lago, è stato possibile approfondire quelle dinamiche costitutive della sottocultura, poi emerse anche nelle ragioni progettuali alla base degli strumenti comunicativi analizzati successivamente. Per comprendere a pieno questa parte è necessario un piccolo glossario su alcune terminologie fondamentali, come comprendere le definizioni e le differenze tra una "sottocultura" e una "controcultura".



SOTTOCULTURA

Con sottocultura, in ambito sociologico, si intende l'insieme di pratiche, valori, codici comportamentali e linguaggi condivisi da un gruppo che vuole distinguersi dalla cultura dominante, operando però all'interno di essa. Una sottocultura rifiuta esplicitamente la cultura dominante rielaborando l'ordine sociale di riferimento, accentuando o reinterpretando determinate norme ai fini di costruire un'identità propria.

CONTROCULTURA

Con controcultura si intendono quelle forme socio-culturali di netta opposizione evidente rispetto a valori, norme e istituzioni della cultura dominante. Una controcultura non si limita a reinterpretare o ridefinire, ma punta a creare una dimensione critica e conflittuale anche attraverso pratiche di contestazione. L'obiettivo è delegittimare il sistema dominante attraverso proposte radicalmente alternative a quelle istituzionali.



3

E GLI ULTRAS?

Il movimento ultras assume caratteristiche ibride: prettamente sottoculturali nell'obiettivo di costruire una differenziazione identitaria, con un sistema autonomo di simboli, linguaggi e comportamenti, collocati all'interno dell'ordine sociale stesso. Emergono anche caratteristiche contro-culturali al verificarsi di dinamiche di conflitto e opposizione sistemica alle istituzioni.

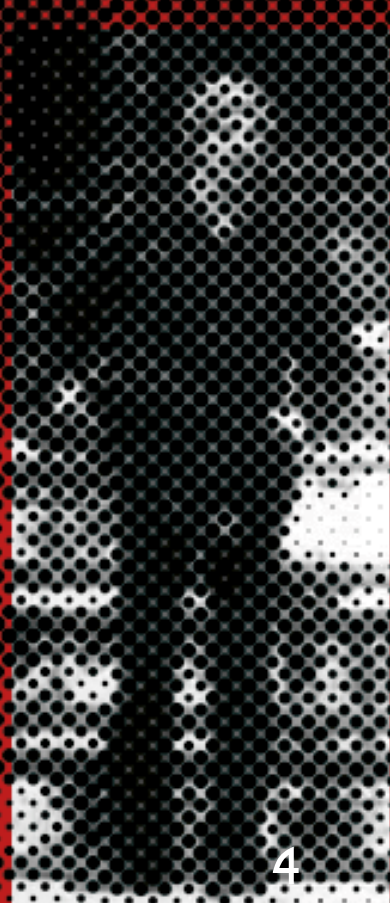
Il secondo capitolo affronta l'evoluzione della tipografia ultras: come spiegato meglio successivamente, non si tratta dello studio di un singolo carattere tipografico ma di un genere. La tipografia ultras è di tipo vernacolare, cioè non accademica o istituzionale, ma legata a forme di espressione linguistica e artistica di natura popolare.

L'analisi parte dal font **"Ultras Liberi"**, codificato soltanto nel 2008,

come esempio per una ricostruzione storica delle matrici culturali ed estetiche che hanno avuto un ruolo centrale nella costruzione dell'identità visiva ultras. Partendo dai periodici e dai manifesti delle organizzazioni fasciste prima e neofasciste, italiane e francesi, poi, ai quali si sommano i revival tipografici con stilemi propri dell'Art Déco, evidenti nell'uso rigido delle geometrie. A questo si sommano le contaminazioni dell'estetica psichedelica sottoculturale delle correnti musicali degli anni Sessanta. Da questo percorso di ricostruzione storica e formale della tipografia ultras, emerge come questi caratteri siano il frutto di processi di rielaborazione culturale popolare consapevole, riutilizzando elementi appartenenti ad altri campi attraverso uno schema estremamente autoreferenziale. In conclusione sono presenti dei casi studio di commodificazione del genere tipografico ultras, con l'analisi delle scelte comunicative dell'artista **LIBERATO** e il progetto di type design **"Tifo"** di Roman Tronchin, come esempi di utilizzi in ambiti diversi di elementi della sottocultura ultras. Successivamente è presente un'analisi sulla funzione simbolica degli striscioni come strumento di comunicazione visiva principale del movimento. In questo capitolo è presente una ricostruzione storica del ruolo dello striscione, inizialmente nato come mezzo di identificazione del singolo gruppo per poi diventare un supporto comunicativo dell'identità collettiva, portatore e standardo di tutti i valori centrali della sottocultura ultras. Si conclude con un'analisi dell'evoluzione dei linguaggi e delle forme espressive quando il o i destinatari sono le istituzioni al di fuori del movimento, portando l'esempio più emblematico della tessera del tifoso. Nel capitolo successivo, il focus è posto sulle coreografie: esse

sono, forse, la forma d'espressione più complessa e spettacolare del movimento, e, in questo capitolo, viene analizzata la storia e l'evoluzione di questo strumento comunicativo. A partire dagli aspetti più pratici legati ai materiali e alla progettazione in senso più ampio, le evoluzioni delle coreografie rappresentano la crescente complessità organizzativa dei gruppi ultras nel corso degli anni, per poi diventare mezzi di narrazione identitaria e di memoria collettiva. In conclusione, dall'interno dello stadio si passa all'esterno e a come gli ultras abitano gli spazi urbani, estendendosi al di fuori dell'infrastruttura sportiva, attraverso la street art e l'utilizzo degli sticker. L'analisi è incentrata sul carattere simbolico e valoriale di queste pratiche, che mirano alla diffusione crescente all'interno dello spazio pubblico, estremamente legate alla territorialità, principio centrale del movimento. Questo aspetto viene affrontato sia dal punto di vista delle trasferte in "territori ostili", sia all'interno di spazi urbani dove coesistono diversi gruppi ultras appartenenti alla stessa squadra o a squadre diverse. Attraverso l'applicativo dello sticker emergono diverse peculiarità del movimento, soprattutto l'importanza del simbolismo autoreferenziale, caratteristico di tutta la sottocultura ultras.

Con U/Oltre non cerco di esaltare o divinizzare questa sottocultura, ma è un modo per cercare di capire come e perché tutto questo muove migliaia di persone in tutto il mondo, analizzando le forme di comunicazione.





.I



NEL CONFLITTO SOCIALE
IL TIFO DIVENTA UN LINGUAGGIO

I. GLI ULTRAS IN ITALIA

Il movimento ultras rappresenta una tra le sottoculture giovanili tanto complesse quanto longeve e radicate nel tessuto sociale europeo, specialmente quello italiano. Per una migliore comprensione del fenomeno e della sua evoluzione è necessario mettere in discussione le conoscenze superficiali e stereotipiche diffuse sulla sottocultura ultras. Questo processo di "distacco" è una predisposizione necessaria al fine di una reale analisi e successiva assimilazione dei fenomeni sociali, politici e culturali che hanno contribuito a rendere questa sottocultura ciò che è.

In Italia si comincia a parlare di ultras tra la fine degli anni Sessanta e l'inizio degli anni Settanta, a seguito di un periodo di forte fermento sociale, specialmente giovanile. Questo periodo rappresenta un momento saliente nel processo trasformativo tra i più impattanti e influenti della storia italiana ed europea: si verificano mutamenti socio-culturali importanti, con conflitti generazionali inaspriti rispetto al passato, cambiamenti radicali dovuti all'avvento sempre più prorompente della società del consumo, coinvolgendo tutte le sfere dell'individuo.

Il tutto si somma alla crescente centralità dello sport come rito collettivo diffuso in tutta la penisola: questo rappresenta un "terreno" adatto e con una predisposizione intrinseca alla nascita e crescita dei gruppi del tifo organizzato, nati come forme di aggregazione giovanile spontanea in uno spazio pubblico di rappresentazione come lo stadio.

I.1 DAGLI ALBORI

C'è bisogno di fare un grande salto indietro, tra la fine del Diciannovesimo secolo e gli inizi del Ventesimo: il gioco del calcio arriva in Italia, secondo A. Papa e G. Panico, come scrivono ne "Storia sociale del calcio in Italia", dalla Gran Bretagna, attraverso diversi canali: alcuni di questi legati a scambi commerciali, specialmente nei porti del Nord Italia, come Genova e Livorno (uno dei club più antichi d'Italia è proprio il Genoa Cricket and Football Club, fondato nell'anno 1893). Durante le pause, gli equipaggi delle navi inglesi si intrattenevano giocando al "football dei moli", stessa cosa avveniva in contesti diversi, ma comunque legati alla sfera del lavoro come il "calcio delle industrie e delle miniere".

Nonostante la forte influenza britannica, una sostanziale differenza rispetto all'Italia era relativa a chi partecipava alle prime manifestazioni sportive. In Gran Bretagna, la maggior parte del pubblico era composto dalla working class mentre, in Italia, il calcio era fortemente legato ai passatempi delle classi medio-alto borghesi, le quali si allineavano e percepivano come elitarie le attività provenienti dal resto d'Europa, specialmente di matrice inglese. Il motivo principale di questa differenza era legato alle condizioni lavorative della classe subalterna italiana, con una giornata lavorativa di 13 ore di media con nessun giorno di riposo, impedendo di fatto qualsiasi tipo di attività extra

lavorativa. Le condizioni disumane continuano ad essere la normalità per diversi decenni: nel primo dopoguerra, si stimava che, nel bilancio familiare delle classi subalterne, soltanto lo 0.9% del reddito era destinato al tempo libero.

Questo dato è lo specchio di un Paese in fase di industrializzazione con enormi squilibri interni. Questa è una delle principali differenze tra il fenomeno italiano e quello britannico, cioè riguardante la composizione sociale del pubblico: essendo la Gran Bretagna ad una fase di industrializzazione più matura rispetto al resto d'Europa, specialmente rispetto all'Italia, le condizioni della working class avevano raggiunto, seppur in maniera minimamente paragonabile a ciò che intendiamo oggi come tutela delle lavoratrici e lavoratori, un equilibrio che permettesse al proletariato di prendere parte a questi eventi sportivi.

In Italia, invece, continua a permanere una composizione medio borghese del pubblico calcistico, e, dagli anni Venti, comincia a definirsi il concetto di "tifo": in questo periodo, questo fenomeno comincia ad allargarsi e ad essere vissuto come un evento pubblico, di massa e non più un passatempo privilegiato.

Queste trasformazioni portano alla formazione all'interno dell'immaginario collettivo del calcio come strumento di auto-identificazione per il pubblico e, quindi, simbolo di appartenenza e legame con la squadra e la città che questa rappresenta. Nonostante le differenze citate prima tra Gran Bretagna ed Italia, sono presenti alcune analogie: la prima sta nella sovrapposizione e consequenzialità tra la diffusione del fenomeno sportivo, come rito sociale, e la crescente urbanizzazione delle aree

rurali, provocando una crescente esclusione della classe contadina da questo genere di attività.

Un'altra analogia è quella della violenza¹: durante gli anni Venti il concetto di tifo comincia ad evolversi e allargarsi e così anche gli episodi di violenza, così come avveniva in Gran Bretagna con schemi comportamentali tipici della cosiddetta rough working class.

Nonostante l'analogia, la composizione sociale differente del pubblico differenzia anche i motivi alla base della violenza legata allo stadio: Oltremanica, gli atteggiamenti violenti erano legati e stigmatizzati a modalità comportamentali delle classi subalterne e proletarie, le quali tendevano a partecipare ad eventi sportivi manifestando il proprio disagio attraverso teppismo e vandalismo diffuso, nonostante l'establishment vittoriano promuovesse tanto la partecipazione a manifestazioni sportive proprio per allontanare le fasce subalterne più giovani da attività ritenute pericolose come l'alcolismo dovuto a l'assidua frequentazione di pub.

In Italia gli episodi di violenza assumono un carattere diverso, legato alla manifestazione da parte di adulti per i "dispiaceri del gioco" e alle conflittualità campanilistiche tradizionali: quindi si tratta di un tipo di violenza più circoscritta alla partita stessa, rispetto agli atteggiamenti della rough working class britannica, legati e causati da dinamiche socio-culturali ben diverse, come diversa anche la composizione sia sociale che anagrafica del pubblico stesso.

Ciò che manca nel panorama italiano è la figura del giovane, presente invece in Inghilterra, raccontato e stigmatizzato

dalla cronaca britannica come il “giovane teppista” o “giovane potenzialmente violento”.

Con gli anni Trenta, si verifica un miglioramento delle condizioni della classe operaia italiana: questo permette la crescente presenza popolare all'interno del tifo.

Dopo la Seconda Guerra Mondiale, l'Italia comincia un periodo di profonda trasformazione e una conseguente industrializzazione intensiva: questo permette, negli anni, una crescita esponenziale del pubblico da stadio e comincia a variare la composizione sociale: aumenta la presenza di uomini di origine operaia e piccolo borghese, proprio grazie al miglioramento delle condizioni lavorative delle classi subalterne. Di conseguenza cambia anche il modo del pubblico di vivere la partita e quindi di manifestare i propri sentimenti all'interno dell'evento.

Come dice Roversi

«Per molti di questi tifosi, i giocatori, le squadre, le partite costituiscono le diverse facce di un'immaginaria ed esclusiva koinè virile nella quale predominano incontrastati valori come l'aggressività, la competizione, la forza fisica e la durezza. In questo senso il loro tifo non è soltanto una forma di incoraggiamento ai propri beniamini o un modo per accrescere il divertimento domenicale, ma è piuttosto [...] un mezzo per dare voce ad un insieme di valori fortemente caratterizzati sul piano culturale: attraverso il rito, in sostanza, essi esprimono il bisogno di partecipare e al contempo attivare una certa cultura della virilità, del resto abbastanza diffusa a quel

tempo sia tra i ceti medi che tra le classi lavoratrici»²

Quindi, in questo contesto di trasformazione e transizione generale, cambia anche il modo di concepire il calcio e gli eventi sportivi: la violenza comincia ad accomunare sia gli spettatori (il pubblico, i tifosi) che gli attori (calciatori e arbitri). L'agonismo e l'aggressività dello sport stesso influenza e plasma l'atteggiamento del tifo, perpetrando una cultura patriarcale della virilità come



modello da seguire, considerando anche il ventennio appena trascorso e i valori che questo promulgava e promuoveva. Di conseguenza anche i modi di manifestare dispiaceri e dissensi cambiano rispetto ai decenni precedenti con un spostamento delle ostilità: dalla tifoseria rivale, l'obiettivo cambia e diventano i calciatori e gli arbitri.

Comincia a cambiare gradualmente la percezione del fenomeno del tifo e di come gli spettatori vivono l'evento,

«NON SI SENTONO SPETTATORI PASSIVI E IMPOTENTI DI QUANTO AVVIENE SUL TERRENO DI GIOCO, MA SI SENTONO APPUNTO TIFOSI, VALE A DIRE PARTIGIANI DI UNA SQUADRA. [i giocatori] VENGONO PERCEPITI COME UNA PROPRIA EMANAZIONE, COME RAPPRESENTANTI DI UNA IDENTITÀ LOCALE CHE VIVE OLTRE I NOVANTA MINUTI DELL'INCONTRO E DI CUI I GIOCATORI IN CAMPO SONO CHIAMATI A DIMOSTRARE I MERITI E IL VALORE.»³

Invasione di campo, Inghilterra, Anni '80

6



Non si tratta, chiaramente, di un cambiamento improvviso. Leggendo e collocando il fenomeno all'interno di quel periodo storico, la trasformazione del tifoso e del modo di vivere lo stadio e la partita, dà una panoramica generale della società: **“l'immagine corrente in quegli anni è”,** come scrive Roversi, **“che le intemperanze degli spettatori sono il risultato di una potenziale isteria di massa o di una sorta di instabilità emotiva che si propaga per contagio tra la folla”**.⁴



7

I.II. FERMENTI GIOVANILI E IL '68

Dopo il secondo conflitto mondiale, l'Italia e tutta l'Europa cominciano una nuova fase di ricostruzione e con essa si verificano enormi cambiamenti soprattutto a livello sociale: con l'avvento della società dei consumi, avviene, conseguenzialmente, una rielaborazione e ridefinizione delle forme culturali legate al concetto di gioventù.

Prima però è necessario specificare che con il termine “giovane” si intendono tendenzialmente gli studenti medio-alto borghesi: si tratta di una categorizzazione non anagrafica, bensì legata all'estrazione sociale. Quindi per le classi subalterne l'iter giovanile era in ogni caso più breve poiché, sulla base di eventi canonici (lavorare, vivere da solo, sposarsi), avveniva prematuramente il passaggio dall'età adolescenziale all'età adulta. L'intreccio tra l'espansione dei consumi, la nascita e diffusione dei mass media e della loro fruizione e un sentimento angosciante dovuto ai disastrosi decenni precedenti, producono la figura del giovane perennemente insoddisfatto. Si può parlare per la prima volta di “gap generazionale”, destinato a diventare sempre più evidente nel corso

degli anni fino ai giorni nostri. Assieme ad esso irrompe un senso d'ansia e insoddisfazione generalizzato, esternalizzato in diversi modi.

Con l'avvento della società dei consumi e della maggiore fruizione e diffusione globale, in Italia cominciano a manifestarsi tendenze sottoculturali e contro-culturali. Questa diffusione di nuove forme socio-culturali accompagna un fermento giovanile che comincia a manifestarsi poi in turbolenze politiche che esploderanno definitivamente nel decennio successivo. L'establishment italiano non sembra tanto preoccupato da questo genere di proteste e piccole insurrezioni di tipo politico, quanto più nella trasformazione giovanile rispetto a canoni, usi e costumi più tradizionali.

Nel 1959, i giornali italiani cominciano a parlare di Teddy Boys con toni allarmistici e preoccupati, con titoli come **“Sono quasi tutti ragazzi falliti nella scuola e nel lavoro”**⁵ (Corriere della sera, 23 Settembre 1959), simbolo della creazione di quel gap generazionale precedentemente citato. Dall'inizio degli anni Sessanta, nel tessuto giovanile

italiano, al “giovane turbolento” si aggiunge il giovane operaio, così si comincia a parlare di “questione giovanile” e del senso di allarme sociale che si diffonderà e culminerà poi con le manifestazioni del Sessantotto. Questi fermenti avranno ripercussioni e conseguenze in tutta Italia ed Europa, modificando ogni aspetto della vita delle persone, dal macro al micro, e quindi, anche il modo di vivere lo sport in generale. Il decennio degli anni Sessanta si apre con un grande processo trasformativo di professionalizzazione e spettacolarizzazione del calcio: sale l'attenzione mediatica verso il calcio in particolare, super propagandato dai mass media, anche grazie alla diffusione della radio e della televisione su larga scala. Contemporaneamente, negli anni Sessanta si verifica un cambiamento nel mondo del calcio italiano anche a livello societario. Comincia un processo di trasformazione e transizione verso un modello societario più simile a quello dei giorni nostri: i club calcistici cominciano a mutare in società per azioni, con investimenti di somme di denaro crescenti nel corso dei decenni e che porteranno, consequenzialmente, ad uno spostamento degli obiettivi e delle intenzioni alla base delle scelte societarie sia dentro che fuori dal campo.

Questo processo preparerà il campo per uno scontro diretto tra i club e i gruppi di tifo organizzato, come dice Roversi **“rendono difficile il persistere di un sentimento di identità locale tra tifosi e squadre [...] Il divenire del calcio, manifestamente uno spettacolo sportivo sempre più regolato da relazioni economiche di mercato, ha piuttosto l'effetto di indebolire quel circuito comunicativo che una la squadra al suo pubblico in base a valori localistici”**⁶

Tornando agli anni Sessanta: anni di enormi trasformazioni sociali, che vedranno l'affermarsi di nuove tendenze sottoculturali Europee. Oltre la timida comparsa dei Teddy Boys, aumentano i gruppi di giovani che tendono ad identificarsi in questi movimenti e sui giornali cominciano a comparire articoli screditanti e di critica verso i cosiddetti “capelloni”:

**«ESSI SONO BRUTTI E NON PIAC-
CIONO A NOI [...] ASCOLTARLI
PARLARE DÀ I BRIVIDI, SE SI PENSA
CHE SARANNO UOMINI DEL MONDO
DI DOMANI. ESSI AFFERMANO DI
ESPRIMERE COL LORO ASPETTO LA
RIBELLIONE: MA NON SANNO SPIE-
GARE IL PERCHÉ DI UNA RIVOLTA
DIRETTA PRINCIPALMENTE CONTRO
IL PARRUCCHIERE E IL DETERSIVO.
ESSI, DICONO ANCORA, ESPRIMONO
IL TORMENTO DELLA GENERAZIONE
DELLA BOMBA»**⁷

Fig. 8 - La prima generazione “L'Espresso”, 23 aprile 1967





LEGNA

WELLE



Si tratta di un periodo di crisi identitaria patita dai giovani italiani che cominciano una ricerca di questa e, man mano, che ci si avvicina al Sessantotto, essa viene accentuata dall'intensa trasformazione produttiva, politica e sociale che subisce l'Italia. Questa mancanza viene esorcizzata attraverso l'adesione a forme di appartenenza alternativa ai canoni tradizionali, la quale trova terreno fertile nella diffusione di controculture e sottoculture importate dal resto d'Europa. In questa fase di forte politicizzazione, quindi, i consumi e le mode acquisiscono nuovi valori d'uso inediti e si fanno indicatori di forme di appartenenza politica e culturale. Questo processo è favorito, come detto anche precedentemente, dalla connessione tra giovani studenti e giovani operai, creando un fenomeno che

«RIESCE IN POCO TEMPO A DARSÌ UN'ARTICOLAZIONE, AD ACQUISTARE UNA CONSISTENZA E RAGGIUNGERE LIVELLI DI MOBILITAZIONE TALI DA RENDERLO CAPACE DI INCIDERE SUL TESSUTO SOCIALE E IN SETTORI IMPORTANTI DELLA VITA CIVILE, POLITICA E CULTURALE»⁸

L'esplosione delle contestazioni giovanili con gli eventi del biennio Sessantotto-Sessantanove va vista come il culmine di un processo più lungo che ha radici al termine del decennio precedente, quindi come **“crescita ed emersione del mondo sommerso delle controculture giovanili”**. Utilizzando le parole di Salvatore Veca, in essa **“vi è un ideale propriamente emancipatore e liberatorio che motiva una cultura del discredito verso autorità, ragioni, vincoli e istituzioni”⁹**. Questi principi sono e saranno i centrali nella definizione vera e propria della sottocultura ultras

italiana a partire dagli anni Settanta attraverso modalità ereditate da quel periodo di fermento giovanile.

Proprio questa ricerca di un'identità collettiva è la necessità prima da cui nasce la sottocultura ultras: da un momento di rottura totale, come quello degli anni Sessanta, i giovani ricercano nuove modalità per esprimere ed esorcizzare questo smarrimento identitario attraverso la pratica comune e la socializzazione come meccanismi primari.

Queste modalità, nate in un contesto di forte politicizzazione, vanno inserite in delle dinamiche di espressione del dissenso nelle quali l'uso della violenza era legittimo. L'insieme di questi eventi si somma all'incapacità dell'establishment occidentale di dare risposte e/o soluzioni al dissenso giovanile: ci si avvia quindi ad un periodo, gli anni Settanta, di disillusione giovanile verso la risolutività dell'azione politica dovuta al non miglioramento dei presupposti che avevano portato a questi eventi.

Il primo quinquennio degli anni Settanta è caratterizzato, inoltre, da un escalation di violenza diffusa, dalle valenze politiche ma anche impolitiche: questi cambiamenti toccano anche il mondo del calcio, portando ad una trasformazione dello schema comportamentale e sociale che costituisce le curve.

Compaiono nuovi “strumenti di tifo” inediti, come fumogeni, ed aumentano sistematicamente episodi di violenza dentro e fuori lo stadio, assieme a nuovi **“gruppi organizzati di giovani tifosi [che] mal si adattano al cliché della tifoseria tradizionale”¹⁰**, portando in scena nuove forme di tifo più vistose.



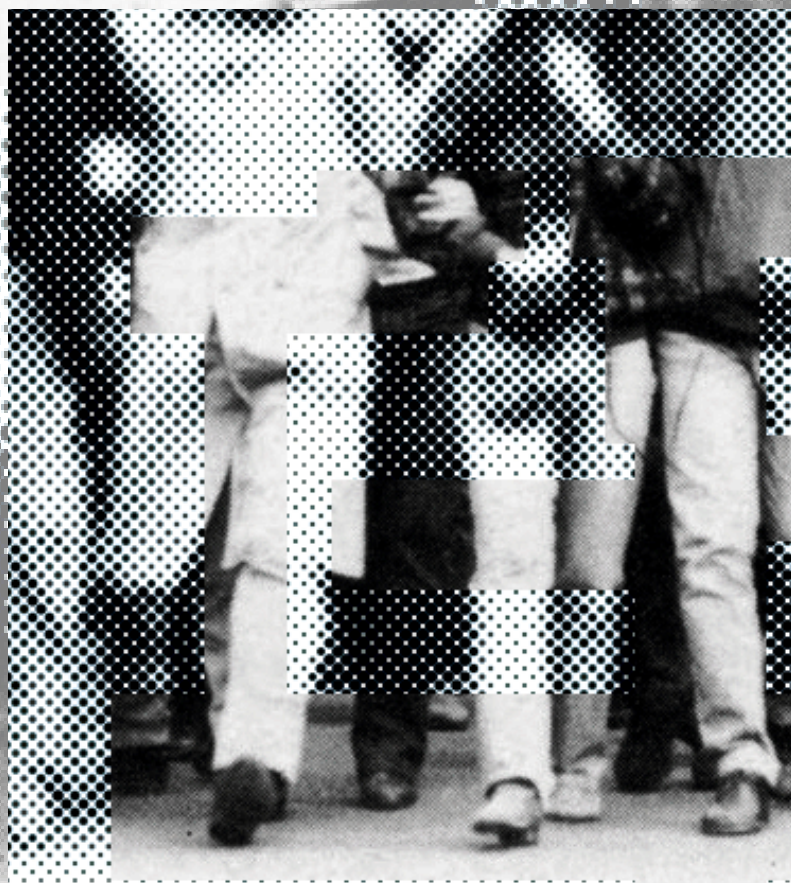
**«L'ASSEMBLEA E IL COLLETTIVO,
IL CONTROVERSO E LA MANIFE-
STAZIONE, L'OCCUPAZIONE, SONO
LE FORME DELL'AZIONE COLLET-
TIVA, DELLO "STARE INSIEME, DEL
"PRENDERSI PER MANO", DELLA
SOCIALIZZAZIONE INTENSA E NER-
VOSA DI MIGLIAIA DI GIOVANI UOMINI
E DONNE. SONO QUESTI ANCHE I
MODI DI FORMAZIONE DI UN'IDENTITÀ
COLLETTIVA»⁹**

I.III. I GIOVANI TIFOSI

Inizialmente, l'andare allo stadio era un rito domenicale con un forte carattere ereditario legato alla figura paterna: dopo quegli anni di fermento si verifica un'emancipazione dall'autorità patriarcale, preferendo vivere l'evento assieme a un gruppo di coetanei. Secondo Roversi, **"un elemento di forte coesione"** all'interno di questi gruppi di amici, **"è dato dalla comune appartenenza ad un gruppo politico o dall'avere comunque un piccolo patrimonio collettivo di esperienze precedenti"**. Questi fattori vanno sommati al processo emulativo verso nuove forme di tifo inedite di matrice hooligans inglese, con le quali, soprattutto i gruppi delle città del Nord Italia, entrano in contatto. Quindi **"autonomia dalla tutela paterna, modelli paralitici di coesione del gruppo, assimilazione per via imitativa delle forme di tipo hooligan sembrano dunque essere in breve, i principali elementi che si coagulano nel dar vita ai gruppi ultrà italiani dei primi anni Settanta"**¹¹. Questi fattori, accorpati ai sentimenti negativi che accomunano tutte le fasce della gioventù italiana, fanno sì che tutti i gruppi e stereotipi di giovani prendano parte alle manifestazioni calcistiche, dal proletario al "tipo bene", al giovane medio borghese politicizzato. Questo avviene poichè le pratiche da stadio cominciano ad allinearsi perfettamente con quel senso di aggregazione, di gruppo e con gli atteggiamenti tendenzialmente violenti dei giovani d'Italia, ma anche del resto d'Europa. Quelle stesse forme di aggregazione propinate nel decennio precedente, nate per motivi e finalità di tipo politico, subiscono una perdita del carico ideologico con le quali erano state concepite, ma mantenendo il carattere seducente che veicolavano precedentemente.

La composizione delle curve italiane è

interclassista: giovani accomunati dagli stessi sentimenti che ritrovano nella curva un senso di appartenenza e visibilità sociale non raggiungibile in un'altra maniera. Visibilità sociale sentita come necessaria dalla gioventù italiana ed europea, afflitta da disillusione della capacità risolutiva dell'azione politica e dalla perdita di fiducia verso il futuro: a questo si aggiunge il consolidamento di logiche consumiste, anche grazie all'amplificazione massmediale. L'illusione del consumo come mezzo per compiere un processo sociale di uguaglianza comincia a vacillare assieme al miraggio venduto ai ceti più bassi come strumento di emancipazione e ascesa di classe. Queste logiche influenzano atteggiamenti, comportamenti e stili di vita; il raggiungimento della disillusione è provocato dalla discrasia tra la reale possibilità di



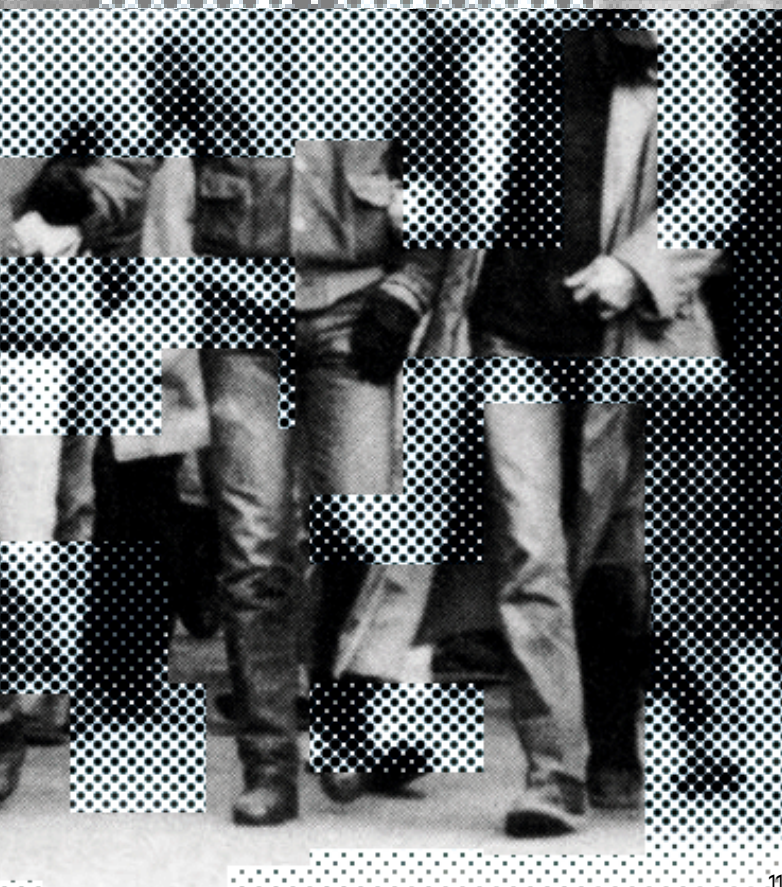
di consumo e il livello atteso suscitato dalle promesse del sistema massmediale. Queste dinamiche portano alla diffusione di un feticismo dell'oggetto, che comincia ad incarnare un elemento distintivo di un determinato status sociale. Diventa un elemento di identificazione causato dalla differenziazione nelle modalità d'uso e valori degli oggetti di consumo, trasformandosi in simboli a cui affidare l'espressione della propria identità. Il consumo assume un carattere autoreferenziale che è centrale nella sottocultura ultras: essa, infatti, è definita una cultura cumulativa. Il fenomeno ultras è il risultato di un processo di cut up di simboli provenienti dalle varie sottoculture e controculture giovanili occidentali, dalle quali si attinge per creare una narrativa e un linguaggio visivo proprio nel quale vengono riscritti e ridisegnati i valori che quei simboli avevano originariamente. Lo stile sottoculturale principale alla base del movimento ultras in Italia è lo stile

politicizzato, bellicoso, centrale nelle dinamiche del Sessantotto: sono giovani, per lo più uomini, che utilizzano il rito domenicale della partita come valvola di sfogo del carico importante di conflittualità, politica e impolitica, che hanno addosso.

Un altro fattore frutto del Sessantotto è la struttura organizzativa ereditata dai neofiti gruppi ultras italiani: questa rappresenta un'altra grande differenza con il fenomeno hooligans inglese. I gruppi sono impostati secondo le strutture organizzative tipiche dei gruppi giovanili extraparlamentari del decennio precedente: c'è una divisione di ruoli, una maggiore complessità organizzativa che permette una migliore articolazione ed estensione del gruppo anche al di fuori della manifestazione sportiva della domenica. Questo permette di creare dei gruppi strutturati, dove ognuno ha un ruolo con un compito specifico: creare striscioni, coreografie, bandiere, cori da esibire poi durante l'evento sportivo per dimostrare attaccamento, passione e appartenenza alla propria squadra e ai valori cittadini che questa rappresenta.

Per far sì che questo accada, sono presenti figure che gestiscono la parte amministrativa, di relazione con le società e/o gli altri gruppi e che gestiscono gli autofinanziamenti degli stessi membri, fondamentali per la realizzazione delle azioni prefissate. Anche nel modo di tifare ci sono evidenti similitudini con le manifestazioni sessantottine, studentesche e operaie, soprattutto negli strumenti utilizzati, come i sopra citati striscioni, bandiere, cori, slogan e tamburi.

A conferma di ciò, Dal Lago individua un'influenza diretta tra le organizzazioni politiche extraparlamentari sessantottine e le strutture dei gruppi del movimento:



«IL BOOM DELLE FORMAZIONI ULTRÀ AVVIENE IN ITALIA VERSO LA METÀ DEGLI ANNI SETTANTA, E CIÒ PUÒ SPIEGARE IN PARTE L'ADOZIONE DI SIMBOLOGIE PARALITICHE CHE RIFLETTEVANO LA GRANDE DIFFUSIONE DEI MOVIMENTI GIOVANILI EXTRAPARLAMENTARI. QUESTO SPIEGA ANCHE UNA CERTA IDEA DI MILITANZA ALL'INTERNO DEI GRUPPI ORGANIZZATI ANCORA MOLTO DIFFUSA. IN PARTICOLARE, I GRUPPI DI CURVA RIVENDICANO IL CARATTERE INFORMALE DELLA LORO ORGANIZZAZIONE, LA MANCANZA DI BUROCRAZIE E GERARCHIE UFFICIALI, LO SPIRITO MILITANTE. L'ATTACCAMENTO, LA FEDELITÀ ALLA PROPRIA BANDIERA»¹²





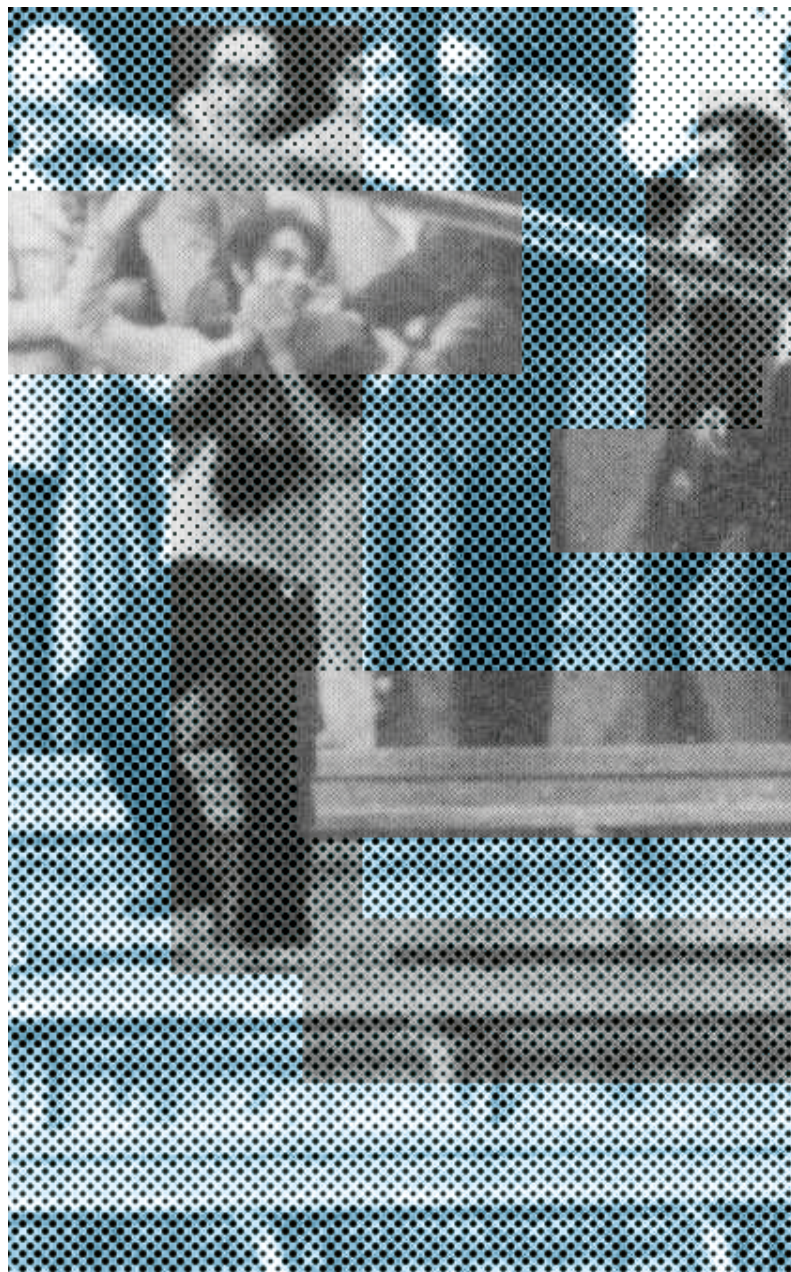
Nei decenni successivi, si verifica una radicalizzazione del movimento ultras, che raggiunge “un grado maggiore di strutturazione, pianificazione e coordinamento rispetto alla fase precedente”, ma comunque mantenendo riconoscibile la matrice di base, frutto delle dinamiche socio-culturali raccontate fin’ora. Sulla base di queste si può dire che la sottocultura ultras è l’amplificazione e radicalizzazione del concetto di tifo e segue dei principi di base che la accomunano in tutta Europa.

I valori principali, parzialmente emersi da questo capitolo, sono quelli dell’appartenenza, della comunità e della costruzione di una propria identità come gruppo e non come singolo. Infatti, si tratta di una sottocultura anti-individualista, comunitaria che non a caso si sviluppa, in tutta Europa, contemporaneamente al periodo di grande ribellione giovanile degli anni Sessanta e Settanta.

La sottocultura ultras è definibile come una cultura cumulativa con alla base dei **“meccanismi di delusione sociale attivati dalla duplice crisi del modello occidentale di sviluppo e delle prassi politiche tese a modificarle”**, come scrive Marchi, parlando di una crisi generalizzata dei processi identitari, dovuta alla disillusione sulle capacità emancipatrici dell’azione politica, del cambiamento dei rapporti tra classi e sull’avvento della società del consumo e del capitale, portando ad una rielaborazione delle priorità individuali e collettive. Lo schema comportamentale centrale è legato ad una logica e identità del gruppo intero, strettamente connessa ad una dinamica di amico/nemico, da io/altro a noi/loro. Questa dinamica, secondo Marchi, è frutto di un senso di alienazione e sradicamento giovanile che trova sollievo in un processo di autoidentificazione per antitesi, all’interno della

quale è presente una dimensione di conflitto sociale.

Il modello amico/nemico favorisce, quindi, lo sviluppo di un senso di appartenenza per contrapposizione, autoidentificandosi con la propria squadra e individuando nell’altra e nei loro gruppi ultras il nemico. In questo contesto, all’interno della sottocultura ultras c’è un passaggio da: un tipo di conflitto sociale, legato alla forte politicizzazione e alle lotte sociali, ad un conflitto simbolico, rituale.



«CONFLITTI NON SONO SOCIALI [...], MA RITUALI, CIOÉ ASSUMONO SENSO ALL'INTERNO DI UN'OPPOSIZIONE SIMBOLICA STRETTAMENTE LEGATA AL CALCIO»¹³

Scontri sugli spalti, Napoli - Roma, Stagione 1972/73

13



Nella sottocultura ultras, all'interno dello schema comportamentale amico/nemico, si inserisce quella che è stata definita dal sociologo Paul Harrison nel 1974 come Sindrome del Beduino, che consiste in quattro passaggi sostanziali: il primo è "l'amico di un amico è mio amico", "il nemico di un mio amico è mio nemico", "il nemico di un nemico è amico", "l'amico di un nemico è nemico".

La scelta della metafora suggerisce anche un altro aspetto, ovvero quello del conflitto permanente: l'ultras, come individuo, si inserisce all'interno di una dinamica comunitaria di rottura con i modi socialmente ritenuti "corretti". L'ultras, quindi, vive in una dimensione di conflitto costante con un modello di società dominante nella quale non si rispecchia, rimanendo in un equilibrio

Striscione gruppo ultras Mastiffs Napoli, parte della Curva B



14

Questa teoria inquadra e regola le dinamiche mutevoli delle relazioni tra i diversi gruppi ultras di diverse squadre ma non si limita solo ai rapporti tra tifoserie, al suo interno si inseriscono i rapporti tra i gruppi organizzati e qualsiasi attore si interfacci con essi.

precario tra desiderio di libertà e sfida verso qualunque cosa ostacoli il professare la propria "fede", attraverso la pratica di forme di resistenza simbolica o esplicita. Secondo Roversi, la sindrome del beduino, dalla seconda metà degli anni Ottanta in poi, comincia

Striscione Gruppo ultras Curva A Napoli



15

ad estendersi all'interno delle stesse curve, tra i diversi gruppi che **“non si identificano più in un sistema unitario di gemellaggi e rivalità”**, alimentando l'idea per molti gruppi che **“valga la pena intraprendere una competizione per la supremazia all'interno della curva ed entrare in concorrenza tra loro rompendo, se è il caso, l'unità d'azione.”**¹⁴ Questo processo di frammentazione fa parte dell'evoluzione delle tifoserie delle grandi squadre, mantenuta ancora oggi.

portano ad un inasprimento di questo sentimento di territorialità, quasi aggressiva, poiché legata ad un concetto di conquista di aree urbane da parte degli ultras stessi. Così, il “territorio” diventa una zona “liberata” dalle autorità tendenzialmente assenti e, quando presenti, repressive, creando aree autogestite e autonome dove poter esprimere le proprie volontà che altrimenti non troverebbero spazio al di fuori, nel resto del mondo.

Tutto questo va inserito all'interno

Striscione gruppo ultras Curva B Napoli



16

Questa dinamica è legata ad un'altra peculiarità della sottocultura ultras, cioè il territorio, da non circoscrivere nei confini dello stadio, ma esteso a tutti i prolungamenti di esso.

Questo forte senso di territorialità, analogo alla corrente hooligans inglese, è legato principalmente a due dinamiche: la prima è quella legata ad una comunità estremamente legata al territorio in cui nasce. Tendenzialmente si tratta di quartieri o rioni di città dove gli ultras si aggregano, creano vita di comunità in zone tendenzialmente trascurate e stigmatizzate dall'establishment e dalla società stessa. Queste dinamiche, sommate ai sentimenti di delusione e rabbia giovanile precedentemente espressi,

dello schema comportamentale amico/nemico, che manifesta la sua conflittualità simbolico-rituale sia durante le trasferte in altre città, con cortei per le strade fino ad arrivare allo stadio, che, successivamente, all'interno di esso, confrontandosi sia sul piano della “potenza visiva” (bandiere, striscioni, cori, tamburi) che sul piano creativo, cioè attraverso le coreografie.

Il secondo fattore legato alla territorialità è legato alla ricerca e raggiungimento di un determinato status attraverso la visibilità sociale che uno stadio di calcio, specialmente in Italia, può offrire.



Oggi è diverso ma, prima dell'avvento dei social media, lo stadio rappresentava uno dei luoghi pubblici con la maggiore visibilità possibile. Si tratta della migliore vetrina per esprimere, mostrare, denunciare tutte quelle tensioni e quelle problematiche presenti non solo in dimensioni legate al mondo del calcio, ma in generale, attraverso il tifo, diventando **“un mezzo per dare voce a un insieme di valori fortemente caratterizzati sul piano culturale: attraverso il rito, in sostanza, essi esprimono il bisogno di partecipare e al contempo attivare una certa cultura”**¹⁵.

Lo stadio diventa una metafora della società: la divisione degli impianti in settori rappresenta la divisione della società stessa in classi. In tribuna centrale la classe dirigente, l'alta borghesia, in curva i giovani turbolenti provenienti dalle classi subalterne, gli ultimi. Ma, a differenza della vita di tutti i giorni, all'interno dello stadio è la curva che diventa la protagonista, è la curva che assume un ruolo di potere e di potenziale impatto reale sul corso degli eventi della partita. Le dinamiche di potere vengono ribaltate, gli ultras esercitano **“quella egemonia culturale che nella realtà è patrimonio esclusivo delle classi dirigenti”**¹⁶ ultimi nella società, primi in curva.

L'acquisizione di tale potere è raggiungibile grazie all'estrema visibilità dei riti messi in atto dai gruppi ultras, attraverso cori, striscioni, bandiere e coreografie: l'unione di una moltitudine di individui accomunati dagli stessi sentimenti che agiscono come un'unica entità contro l'esterno, rappresentato dalla tifoseria avversaria, dalla classe dirigente e dall'autorità costituente. La curva assume un carattere sacrale, un “territorio” nel quale chi non ne fa parte non può entrare, un “territorio liberato” con dei

dei meccanismi di adesione legati alla socializzazione e alla costruzione di una certa identità comunitaria attraverso uno schema autoreferenziale, di rifiuto all'omologazione sistemica contrapponendo un'uniformità interna sottoculturale attraverso la **“condivisione dello stesso rito”**.

Ma tutto questo, come e con quali strumenti viene comunicato dalla sottocultura ultras di matrice italiana?

Fig. 18 - Ultras “Fighters” Juventus, Torino, Anni '80



.II

UN LINGUAGGIO CHE CAMBIA
CONTESTO PERDENDO MEMORIA

II. "ULTRAS LIBERI"

L'inizio di questo percorso di analisi degli strumenti comunicativi della sottocultura ultras parte da quella cosa che qualunque persona ha visto almeno una volta nella vita associandola direttamente alla curva della città di riferimento. Si tratta del font utilizzato dai gruppi ultras italiani, e non solo, da diversi decenni, con una storia complessa da ricostruire storicamente. La principale caratteristica di questo font è la sua origine estremamente popolare e non accademica: infatti la codifica ufficiale avviene soltanto nel 2008 da parte del designer The Maccio sotto il nome di "Ultras Liberi". Come si vedrà più avanti nel capitolo, durante tutti questi anni, gli innumerevoli gruppi ultras di tutta Italia ed Europa, hanno utilizzato questo font o simili, mantenendo però evidente una matrice formale comune alla base di tutte le varianti, più o meno evidenti.

Il termine "font" fa riferimento solo ed esclusivamente al file digitale di un carattere tipografico; quest'ultimo, invece, rappresenta la standardizzazione della calligrafia o del lettering. Si intende, quindi, l'insieme di glifi, quali lettere maiuscole e minuscole, numeri, segni di punteggiatura, simboli, lettere accentate, segni diacritici, ecc... che condividono le stesse caratteristiche formali e la stessa struttura, che li rendono facilmente combinabili ed associabili.

II.1. TIPOGRAFIA VERNACOLARE

Ricostruire lo storico progettuale di questo carattere è sostanzialmente impossibile, data la mancanza di fonti ufficiali. Infatti, dalla nascita della sottocultura ultras fino ad oggi, non si può affermare che esista un font prestabilito e codificato da utilizzare per i vari supporti comunicativi uguale per tutti i gruppi di ogni squadra, ma è evidente la presenza di importanti analogie formali tra tutti i tipi di caratteri utilizzati. Questo è dovuto anche all'aspetto popolare e "dal basso" che ha contaminato anche l'aspetto di progettazione e produzione dei diversi striscioni, bandiere e coreografie. La complessità della ricostruzione storica è l'altro lato della medaglia della storia di un carattere tipografico la cui matrice di partenza è non professionale e amatoriale, "handwrite".

Questa caratteristica è centrale nella comprensione di questa evoluzione vernacolare del font, a differenza di altri come, ad esempio, il font Helvetica, progettato nel 1968 nella Swiss printing school.

Quando si parla di tipografia ultras, è sbagliato parlare di un font unico analogo a tutti i diversi gruppi nel corso degli anni, ma si tratta di un genere tipografico: cioè un insieme di varianti di caratteri già esistenti con caratteristiche formali simili poi modificate, come ad esempio il font Futura.

Helvetica

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

20

Futura

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

a	b	c	d	e	f	g	h	i
A	B	C	D	E	F	G	H	I
j	k	l	m	n	o	p	q	r
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
s	t	u	v	w	x	y	z	
S	T	U	V	W	X	Y	Z	
0	1	2	3	4	5	6	7	8
U	1	2	3	4	5	6	7	8

21

La genesi del font “Ultras Liberi” e dei simili che sono socialmente associati a questa sottocultura, ha le sue prime applicazioni negli anni Sessanta e Settanta. A differenza di oggi, allora gli applicativi non erano stampati digitalmente ma fatti a mano su enormi teli di stoffa o di PVC: per questo motivo, l'utilizzo di pennelli e bombolette spray ha portato inevitabilmente alla nascita di un'estetica caratterizzata da lettere imponenti, con una forte presenza di elementi geometrici massicci e sgraziati, con un impatto visivo a tratti brutale.

La natura grezza di questo approccio trova delle connessioni anche con i sentimenti che alimentano le sottoculture giovanili italiane, tra cui quella ultras.

Questa natura, appunto, popolare e non accademica, di rifiuto verso la standardizzazione, rappresenta il desiderio di allontanarsi dal conformismo sociale e commerciale del calcio dovuto alla diffusione della società dei consumi precedentemente raccontata.

Il nome “Ultras liberi” fa chiaramente riferimento alla sottocultura stessa da

cui prende il nome e al legame di essa con il mondo del calcio e delle questioni legate all'evoluzione delle politiche repressive a cui il movimento è stato soggetto negli anni. Ma, come detto prima, non si tratta di un font univoco per tutte le applicazioni, ma di un stile tipografico al cui interno si inserisce questo “carattere di impostazione geometrica, un font in cui la morfologia della lettera viene modificata da forme geometriche, modulari”, come dice il grafico e type designer Alessio D'Ellena¹.

Questo font è un esempio di tipografia vernacolare, cioè si tratta di un tipo di carattere che non appartiene “alla storia ‘maggiore’ dell'arte tipografica”, quindi è un carattere frutto dell'esperienza e non di una consapevolezza progettuale tecnica e accademica, ma, appunto, conseguenza, espressione ed evoluzione di forme di comunicazione popolari: per questo, “Ultras liberi” è figlio della commistione e contaminazione di caratteri tipografici con caratteristiche formali comuni, provenienti però da ambienti culturali molto diversi tra loro.

II.II. TRA ESTREMI, ART DECO E PSICHEDELIA

La storia di questo font parte dall'evoluzione del cosiddetto "fasciofont", cioè quell'insieme di caratteri che cominciano a comparire, nel corso del '900, su riviste e manifesti dell'estrema destra, sia italiana che francese, come il carattere "Etna". Quest'ultimo è un carattere maiuscolo lineare, senza la presenza di grazie e occhielli, che trovò grande diffusione, soprattutto in manifesti e applicativi di propaganda fascista.

Carattere "Etna", Xilografia Meneghello & Belluzzo, Legnago, Anni '30



22

Le principali differenze tra il "fasciofont" e la tipografia ultras sono legate al rapporto di proporzioni tra i glifi, dovuto alla genesi hand-drawn e non standardizzata. Il "fasciofont" presenta meno proporzionalità tra i glifi, con pesi meno pronunciati rispetto ad "ultras liberi" dovuto sia all'origine calligrafica che alla finalità degli applicativi: il primo era usato su manifesti e/o riviste di propaganda, mentre il secondo su striscioni e coreografie di dimensioni maggiori con la necessità di dover essere leggibili a grandi distanze, sia per le strade che all'interno degli stadi.

Carattere "Etna" in legno, corpo 4 righe o 48 pt



23

L'origine del "fasciofont" è riconducibile all'estrema destra europea: stabilire un "patrocinio tipografico" non è possibile per la mancanza di fonti ufficiali, quindi ci si basa su analisi stilistiche, ipotesi e ricostruzioni storiche. Si tratta di un periodo di forte fermento politico, durante il quale si strinsero rapporti stretti tra l'estrema destra italiana e quella francese. Infatti, altri antenati di "Ultras liberi" fanno la propria comparsa in periodici come la rivista francese "Ordre Nouveau"².

Flyer manifestazione Ordre Nouveau, 9 Marzo 1970



24

Stabilire quale movimento abbia influenzato l'altro e viceversa non è possibile, ma da alcune ricerche è emerso come la redazione della rivista francese avesse un piccolo gruppo di illustratori, che tentavano di creare e costruire un'identità visiva distintiva del proprio periodico, cercando di comporre quella che oggi chiameremo una corporate identity.

Uno degli illustratori più celebri è Jack Marchal, noto (purtroppo) per la creazione del "rat noir", anche conosciuto come il Mickey Mouse neofascista, che diventerà simbolo del GUD³.

Manifesto 25esimo anniversario GUD, Maggio 1993



25

Manifesto 25esimo anniversario GUD, Maggio 1993



26

Manifesto GUD



27

Il rat noir, a conferma de compare anche all'interno dei manifesti del Campo Hobbit, ovvero delle manifestazioni organizzate dal Fronte della Gioventù tra il 1977 e 1981, in Italia.

Logo Campo Hobbit 1977



28

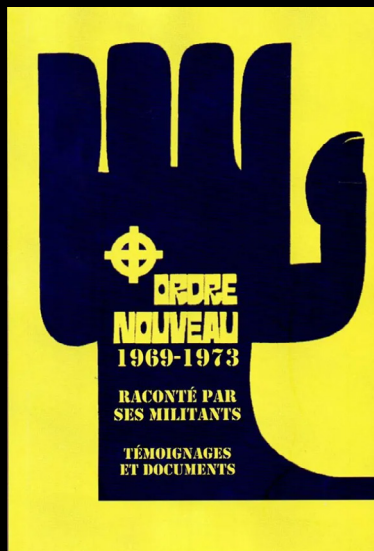
Lo stesso carattere, comparirà anche durante manifestazioni della fine degli anni Sessanta, su applicativi creati da alcuni gruppi del maggio francese. Questo a conferma, come si vedrà più avanti, di un'enorme ambiguità legata all'originale carico ideologico di alcune simbologie adottate dalla sottocultura.



29

Guardando questi loghi, sia del Campo Hobbit che della rivista *Ordre Nouveau*, è presente una variante del “fasciofont” con linee tendenzialmente più morbide e più legate ad un'estetica del fumetto, ancora però lontano dal carattere geometrico di “Ultras liberi”, ma abbastanza da identificarne una matrice stilistica di partenza comune.

Copertina del libro “*Ordre Nouveau 1969-1973. L'histoire du mouvement racontée par ses militants*”



30

Nella creazione di queste illustrazioni e del logo del GUD, Jack Marchal dichiara di aver preso ispirazione dal manifesto di un altro movimento della neo-estrema destra francese, *Occident*: in questo è evidente la somiglianza sia formale che stilistica con i suoi lavori

per la rivista *Ordre Nouveau* (che può essere intesa come prosecuzione di *Occident*) e le successive reinterpretazioni e riutilizzi del MSI e del Fronte della Gioventù.

“Pour un 13 mai nationaliste”: primo grande incontro di *Ordre Nouveau*, 13 Maggio 1970



31

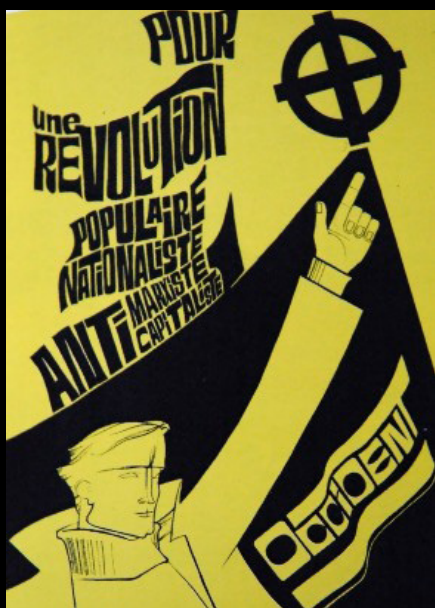
Gianni Alemanno ad una manifestazione del Fronte della Gioventù, Anni Settanta



32

Il manifesto d'ispirazione è stato disegnato da Frédéric Brigaud: dall'analisi di questo è evidente l'influenza, parlando della tipografia, dei font "psichedelici" molto diffusi nei flyer di promozione degli eventi notturni. Marchal parte dal lettering del manifesto Occident per ridisegnare il carattere in maniera più ordinata e "pseudo-standardizzata".

Manifesto Occident, disegnato da Frédéric Brigaud



33

Foglio satirico "La voce della fogna", n°5, Maggio 1975

LA VOCE DELLA FOGNA
GIORNALE DIFFERENTE



maggio 1975

N 5

34

Questo stesso font sarà poi codificato e registrato con il nome di "Ratane-gra". Da un primo sguardo del carattere presente sul manifesto di Occident di Frédéric Brigaud non è immediato un collegamento con il font "Ultras liberi", anzi, come conferma anche D'Ellena, sono due font diversi ma con estreme somiglianze per alcuni glifi specifici come la "r" e alcune proporzioni del tracking⁵ tra i caratteri.

RATANE GRA

Il font di Marchal ha delle linee più morbide, disegnate, legate al mondo del fumetto ma è riconoscibile l'utilizzo di elementi geometrici nella costruzione dei glifi: questa caratteristica geometrica prenderà poi il sopravvento, in generale, in molte varianti tipografiche. Di seguito un altro utilizzo del carattere da parte del giornale fasciosatirico italiano, "La voce della fogna" (1974-1983).

Foglio satirico "La voce della fogna", n°10, Giugno 1976

LA VOCE DELLA FOGNA
GIORNALE DIFFERENTE



giugno 1976

N 10

35

Ad esempio il "Contest mn" scelto e utilizzato nello striscione del gruppo "Hooligans Teddy Boys" di Udine: si tratta di un font display, con forme dinamiche e angolari, molto simili al "Ratanegra", con un strozzatura molto spessa dei caratteri che conferisce uno stile bold molto marcato. Il contrasto è medio-alto e le proporzioni abbondanti con glifi ben leggibili e di grandi dimensioni.

Striscione gruppo ultras "Teddy Boys" Udine



36

CONTEST MN

Un altro aspetto che alza il livello di complessità nella ricostruzione della storia della tipografia ultras rimane ancora legato alla sfera politica degli anni Sessanta e Settanta. Com'è possibile notare nelle immagini successive, sono presenti giornali, manifesti e striscioni legati ad ambienti anarchici, a testimonianza di una matrice visiva ricercatamente irregolare, di rottura e autoreferenziale.

Striscione FAI, Messina, 1946



37

Tutto questo si inserisce, come per "l'estremo opposto" raccontato in precedenza, al limite tra comunicazione politica e affermazione identitaria. Come per i precedenti, a livello tipografico, si tratta di produzione artigianali caratterizzate da una matrice vernacolare e artigianale. Questo si riflette nelle tecniche utilizzate: caratteri manuali, scritte

Periodico "Il Ribelle", n°1, 24 Ottobre 1914



38

fatte con pennelli, rulli e successivamente bombolette spray ed un lettering non standardizzato che riflette un forte senso di anti-istituzionalità. Anche qui la tipografia non è mirata ad informare chiaramente l'interlocutore, ma come segno, traccia collettiva che ne afferma la presenza.

Questa caratteristica è comune sia per tempi che per modalità all'evoluzione tipografica della sottocultura

ultras: il segno collettivo come dichiarazione di presenza e appropriazione di uno spazio, rielaborato con lo stesso schema autoreferenziale, spogliato del carico ideologico e politico.

Quotidiano "Umanità Nova", n°1, Febbraio 1920



39

Giornale "Gli scamicciati", 12 Marzo 1946



40

Riguardando i vari manifesti e applicativi precedenti, legati al mondo politico, è possibile trovare una connessione stilistica con estetiche legate all'Art Deco⁶ e l'estetica psichedelica, molto diffusa negli anni Sessanta.

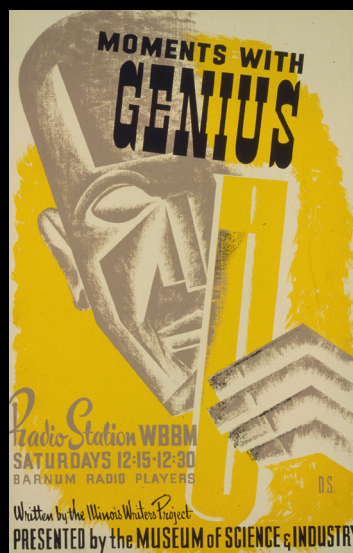
Quotidiano "Umanità Nova", n°39, Settembre 1954



41

Questa correlazione non ha una filiera lineare ma è frutto di un'ibridazione visiva legata al carattere popolare e non professionale dei movimenti sottoculturali, come gli ultras e l'estetica psichedelica Sixties. Andando in ordine, ci sono analogie strutturali tra i 3 casi legati alla geometria: nell'Art Deco (anni Venti e Trenta) le lettere sono costruite su moduli geometrici semplici (come triangoli, cerchi e rettangoli), con utilizzo di angoli netti, simmetrie puntando ad una riduzione ornamentale a favore della forma nella sua essenza.

"Moment with genius", Anonimo, 1936



42

Allo stesso modo "Ultras Liberi" e le varianti tipografiche ad esso collegate presentano glifi con un forte senso di solidità, con prevalenza di forme chiuse e squadrate, con alcune curvature e segmenti netti.

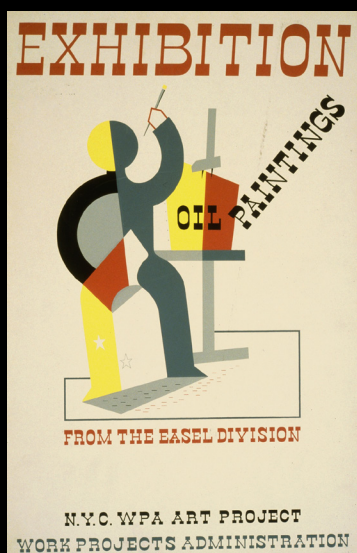
Font "Reynold", ispirato all'Art Deco, Anni 20-30



43

La differenza principale è nell'intenzione finale che, nell'Art Deco, è volta all'eleganza formale, mentre nella sottocultura ultras è funzionale a rimarcare la propria identità legata ad una logica di forza.

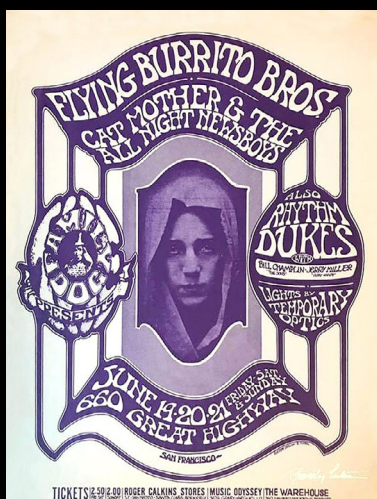
"Exhibition oil paintings" (1936-1941), J. H. Rothstein



44

Prendendo in esame alcuni flyer psichedelici, soprattutto legati al contesto della città di San Francisco, sono evidenti compressioni e distorsioni delle lettere, contorni non definiti e tracking ridotto, così come nella tipografia ultras, dove spesso le lettere tendono ad incastrarsi tra loro.

Flying Burrito Brothers, San Francisco, 1970



45

in questo caso le analogie sono maggiori dal punto di vista concettuale, legati alla dimensione percettiva del carattere tipografico come strumento di affermazione identitaria.

Entrambi hanno una genesi vernacolare e non accademica, derivando da ambiti di riproduzione artigianale, diffusione informale (flyer, fanzine) e caratteristiche calligrafiche.

"Clean-In: Spring Mobilization, Haight-Ashbury Neighborhood", Victor Moscoso, 1967



46

Un'altra connessione è quella storica, infatti, guardando agli Sessanta e Settanta, in diversi ambiti, è presente un'enorme diffusione di questi tre stili.

L'Art Deco come revival, specialmente in ambito pubblicitario, l'evoluzione e la diffusione della grafica psichedelica legata alla diffusione dell'LSD e altre sostanze simili e la nascita di estetiche contro-culturali e radicali. Dal punto di vista tipografico, le correnti contro-culturali assorbono le caratteristiche di semplificazione geometrica tipiche dell'Art Deco - spogliandole - degli aspetti formali e ideologici, venendo, poi, modificate e distorte seguendo una logica espressiva analoga all'estetica psichedelica e, successivamente, trasformate in strumenti di comunicazione militante.

II.III. PERDITA DEL CARICO IDEOLOGICO

Con il passare degli anni, le varie dinamiche che hanno incrociato i cammini dei gruppi giovanili extra-parlamentari sessantottini e della sottocultura ultras, questo genere tipografico si diffonde largamente con diverse varianti, seguendo quelle caratteristiche di tipografia vernacolare di cui parlavo precedentemente.

Durante questa diffusione, questo genere tipografico ha subito un progressivo svuotamento semantico del suo carico ideologico iniziale, che continuerà ad essere utilizzato in contesti politici di estrema destra. Questo processo rientra all'interno di una logica di ricontestualizzazione funzionale del segno tipografico all'interno di una sottocultura fortemente autonoma e autoreferenziale, come detto nel capitolo precedente.

Nella sottocultura ultras, la tipografia assume una funzione di identificazione e non come veicolo di ideologie politiche, frutto di un processo di bricolage semiotico e iconografico che si riscontra anche nell'ambito delle coreografie e degli sticker, come spiegherò nel prossimo capitolo. In questo senso, "Ultras liberi" viene assorbito in questa logica di cut up, dove elementi provenienti da ambiti diversi vengono riuniti e decontestualizzati seguendo un meccanismo autoreferenziale, tipico delle sottoculture.

Il risultato è una tipografia che conserva le caratteristiche di forte espressività e conflittualità, ma dal punto di vista di un'estetica identitaria collettiva e non come veicolo di contenuti politici.

Negli anni, il genere tipografico ha allargato ampiamente il suo catalogo di caratteri, rispecchiando quel carattere vernacolare e di produzione autonoma dei diversi gruppi ultras italiani, mantenendo le caratteristiche espresse precedentemente. Tra i gruppi più famosi nel panorama italiano, c'è sicuramente quella della Curva Sud Milano, storico gruppo del Milan, con il proprio striscione che utilizza il font "Stencil Regular":

Striscione gruppo ultras "Curva Sud Milano", Milano



STENCIL REGULAR

è un carattere tipografico sans serif display con contrasto minimo che presenta una struttura con forme geometriche semplici e robuste con interruzioni strutturali, simbolo di autorità e tipico di pratiche non istituzionali.

Un altro esempio è il "Futura Black BT", utilizzato dal gruppo ultras Fedayn dell'A.S. Roma categorizzato come un sans serif geometrico, con un peso elevato e una struttura geometrica pura. Le forme sono basate su quelle del cerchio e del triangolo con uno spessore uniforme delle aste; queste caratteristiche evidenziano la derivazione dal più celebre progetto modernista di

type design del font “Futura”, dove la funzione razionalista cade verso un'espressività visiva d'impatto.

Striscione gruppo ultras “Fedayn”, Roma



FUTURA BLACK BT

48

Il gruppo ultras bergamasco, Brigade NeroAzzurre, sceglie il font omonimo del gruppo “Brigate”: catalogato come display, mantiene le sue caratteristiche vernacolari con un evidente ispirazione al lettering militante e politico. Le proporzioni non sono standardizzate, specchio di una natura grezza dove la mancata perfezione assume un valore semantico identitario, enfatizzato dallo stile bold e la struttura irregolare.

Striscione gruppo ultras “Brigate NeroAzzurre”, Bergamo



BRIGATE

49

Ultimo esempio è il font “Timepiece”, utilizzato dal gruppo Ultras Tito della Sampdoria: utilizzato anche nel poster di “Arancia Meccanica” (1971) di Stanley Kubrick. È un font che può essere inserito nella categoria dei serif meccanici, con lettere modulari con caratteristiche razionaliste. Le aste verticali sono regolari mentre le orizzontali presentano una variazione di spessore non eccessivo, creando un contrasto medio basso che aumenta la leggibilità.

Striscione gruppo ultras “Fedayn”, Roma



TIMEPIECE

50

Un altro esempio di riutilizzo in un contesto diverso, anche un pò grottesco, è relativo ad una manifestazione podistica del 2012, tenutasi vicino Roma, a Grottaferrata. Di seguito l'immagine della tipografia utilizzata per la locandina.

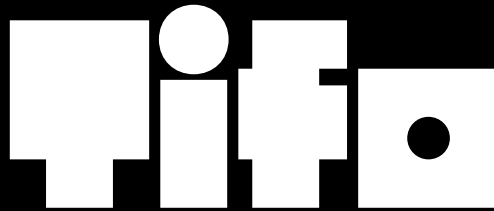
Manifestazione podistica “Grottaferrata corre”, 2012



51

II.IV. CASI STUDIO

II.IV.I. 'TIFO' BY ROMAIN TRONCHIN



by Romain Tronchin, 2022

Dopo aver visto come, nel corso degli anni, il genere tipografico della sottocultura ultras ha costantemente ampliato il suo catalogo, oggi sono diversi i casi di rielaborazione e reinterpretazione con applicazioni diverse. Numerosi sono stati i tentativi di ispirarsi all'identità visiva ultras per poi creare progetti, non solo tipografici, nuovi con finalità differenti dal mondo sportivo.

Uno dei progetti più celebri e interessanti è stato fatto da Romain Tronchin, per il suo progetto finale in type design all'Ecà di Losanna nel 2022. Tronchin progetta una famiglia di font intitolata "Tifo", ispirata al lettering dei gruppi ultras italiani tra gli anni Settanta e Ottanta: egli è partito dall'analisi dei banners e, data già la vasta pluralità di varianti, ha creato cinque varianti chiamate come alcune città italiane: Milano, Bologna, Palermo, Roma e Venezia.

È un font con una struttura geometrica razionale basata su forme elementari, ma che mantiene alcune

irregolarità tipografiche, formalmente considerabili sbagliate, ma tipiche della tipografia vernacolare ultras. Questi "errori" conferiscono autenticità e non standardizzazione al font, creando un dialogo tra quelle caratteristiche della sottocultura ultras e un progetto di type design contemporaneo codificato.

Le diverse varianti della famiglia sono state pensate per diverse finalità, sia come titoli, poster o grafiche di grande scala ma anche per testi, nel caso della variante "Milano".

"Tifo" è stato poi impiegato in diversi progetti di graphic design nel corso degli ultimi anni, in ambiti diversi da quelli legati alla sottocultura ultras o al calcio in generale: ad esempio, nella variante "Palermo" è stato utilizzato per la realizzazione di un opuscolo e del sito web progettati per la "University of Oregon Department of Art's 2023 MFA Terminal Projects" dallo studio FISK.

VENEZIA

Tifo Venezia

ROMA

Tifo Roma

PALERMO

Tifo Palermo

BOLOGNA

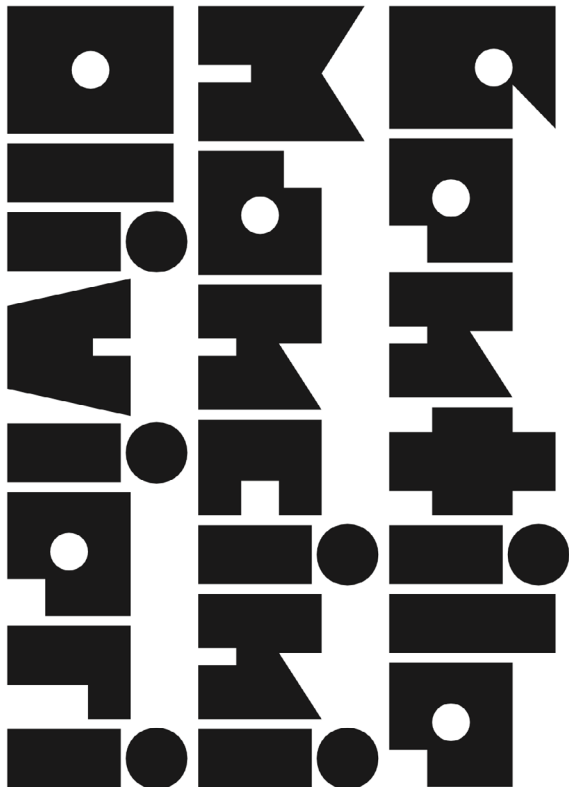
Tifo Bologna

MILANO

Tifo Milano

52

216 PTS



53

72 PTS

Il calcio è un sistema di sogni, cioè un linguaggio

56 PTS

Il calcio è un sistema di sogni, cioè un linguaggio. Esso ha tutto le caratteristiche

32 PTS

Il calcio è un sistema di sogni, cioè un linguaggio. Esso ha tutte le caratteristiche fondamentali del linguaggio per eccellenza, quello che noi ci poniamo subito come termine di confronto, ossia il linguaggio scritto-parlato. Infatti le "par

54

144 PTS

**Inzaghi
Aliberti**

128 PTS

**Campelli
Palombo**

96 PTS

**Migliavacca
Trepattoni
Zambrotta**

55

72 PTS

Il calcio è un sistema di segni, cioè un linguaggio

56 PTS

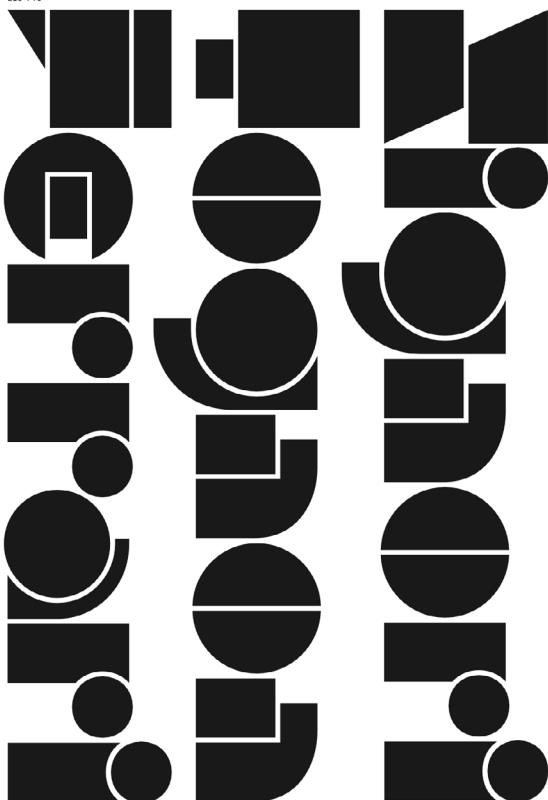
Il calcio è un sistema di segni, cioè un linguaggio. Esso ha tutte le caratteristiche

32 PTS

Il calcio è un sistema di segni, cioè un linguaggio. Esso ha tutte le caratteristiche fondamentali del linguaggio per eccellenza, quello che noi ci poniamo subito come termine di confronto, ossia il linguaggio scritto-parlato. Infatti

56

216 PTS



57

72 PTS

Il calcio è un sistema di segni, cioè un linguaggio

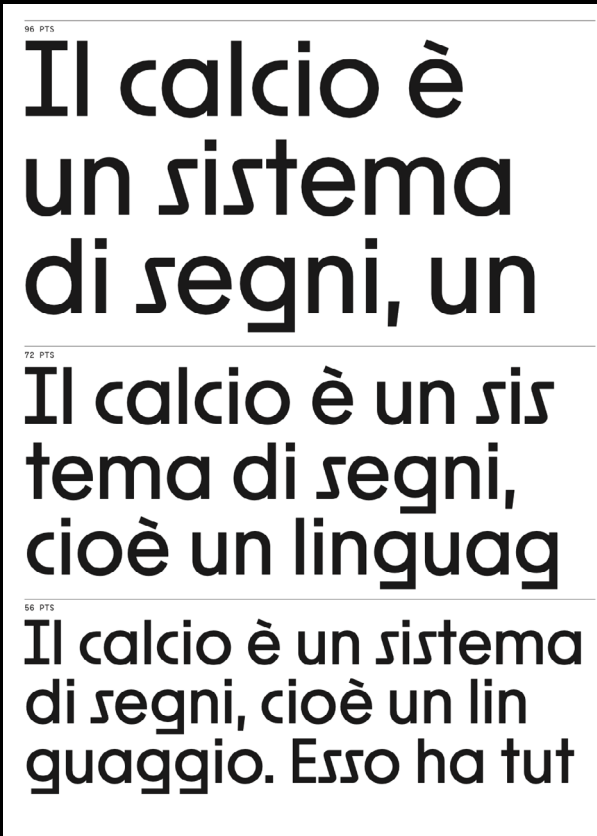
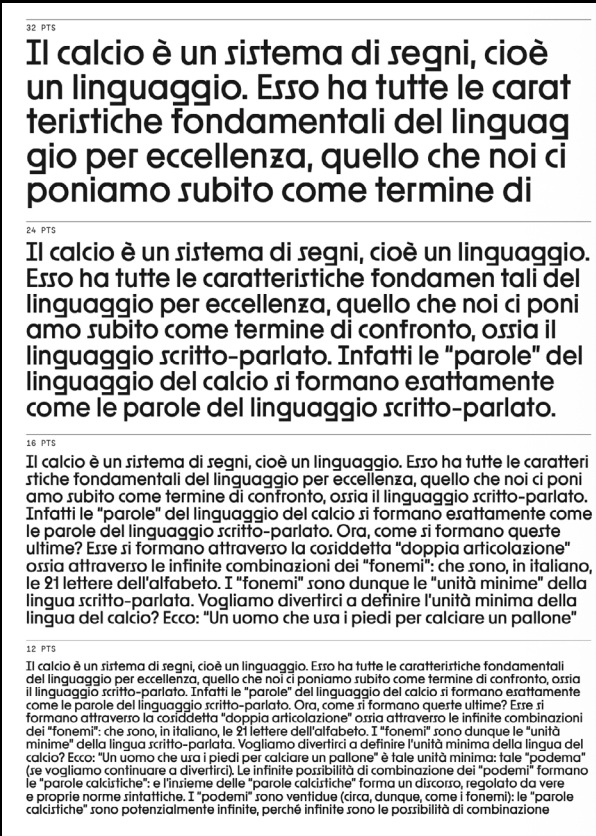
56 PTS

Il calcio è un sistema di segni, cioè un linguaggio. Esso ha tutte le caratteristiche

32 PTS

Il calcio è un sistema di segni, cioè un linguaggio. Esso ha tutte le caratteristiche fondamentali del linguaggio per eccellenza, quello che noi ci poniamo subito come termine di confronto, ossia il linguaggio scritto-parlato. Infatti le "parole" del linguaggio

58



“Tifo” è stato poi impiegato in diversi progetti di graphic design nel corso degli ultimi anni, in ambiti diversi da quelli legati alla sottocultura ultras o al calcio in generale: ad esempio, nella variante “Palermo” è stato utilizzato per la realizzazione di un opuscolo e del sito web progettati per la “University of Oregon Department of Art’s 2023 MFA Terminal Projects” dallo studio FISK.

Un’altra applicazione ma della variante “Venezia” è stata usata per il festival teatrale “Theatre en mai” organizzato dal Centre Dramatique National (CDN) di Digione, la cui comunicazione e identità visiva è stata progettata dallo studio grafico francese Brest Brest Brest. . Questo è un altro esempio di come, nel corso degli anni, caratteri tipografici legati alla sottocultura ultras, siano stati progressivamente riutilizzati in contesti molto diversi sia dalla sottocultura stessa che dai contesti che avevano dato origine agli “antenati” del genere a cui appartiene “Ultras liberi”, come quelli citati precedentemente.

Source brestbrestbrest.fr, Theatre en Mai, 2024



62

Source Studio FISK, Tifo Palermo, 2023



64

Source brestbrestbrest.fr, Theatre en Mai, 2024



65



66

II.IV.II. LIBERATO E L'ANONIMATO

Un altro caso studio di applicazione di questo linguaggio visivo in altri contesti è quello relativo alla strategia comunicativa di Liberato, artista musicale napoletano, la cui identità non è pubblica. Nell'identità estetica e concettuale del cantante partenopeo è centrale la dimensione dell'anonimato, a partire dalla scelta di non rivelare né il suo nome reale né tanto meno il suo volto: questa scelta porta l'utenza a spostare la propria attenzione dal soggetto in sé alla sua produzione: questa dinamica contribuisce a trasportare l'artista da una dimensione più individualista ad una collettiva e interpretativa attraverso il dubbio instaurato nell'audience.

È un atto comunicativo negativo, dove ciò che non viene mostrato assume maggiore valore rispetto a ciò che si vede. L'assenza di un individuo definito crea uno spazio simbolico all'interno del quale l'artista si pone non come singolo individuo, ma come voce del contesto e del territorio in cui si inserisce. Questa dinamica di sottrarre la propria dimensione individuale - nel senso più egoistico - a

favore di una dimensione collettiva è estremamente analoga all'interno della sottocultura ultras: centrale è il gruppo, la comunità, non il singolo. Così come Liberato mette al centro i temi che tratta, legati al contesto che vive, liberandosi anche da quelle logiche di mercato discografico di personal branding e spettacolarizzazione dell'artista.

Source Instagram @liberato1926, 2018



67



Questa scelta - che non esclude essere anche una trovata di marketing legata ad una strategia più che consolidata di coinvolgimento attivo del pubblico attraverso il "non detto"- trova un'altra analogia con la sottocultura ultras legata al rifiuto dell'omologazione sociale.

Il diventare un personaggio pubblico, soprattutto nel mondo discografico, ti inserisce all'interno di dinamiche di mercato di standardizzazione d'immagine e non solo; e il rifiuto di ciò è comune al

sentimento di affermazione di una propria identità collettiva centrale nella sottocultura ultras.

Tutte queste analogie legano concettualmente l'universo ultras alla figura di Liberato, il quale ha scelto di attingere anche l'estetica: è stato ripreso il font "Ultras liberi" ed è anche celebre il murales "L'anonimato" in un frame di un suo videoclip.

Il richiamo a questo carattere è innegabilmente legato anche alla scelta





di un elemento simbolico dell'identità urbana partenopea.

Napoli è una città dove il tifo e la sottocultura ultras hanno avuto e hanno tutt'oggi un impatto unico e diverso rispetto ad altri contesti italiani, come spiegherò meglio nel prossimo capitolo.

Non a caso, Liberato è stato scelto per creare la soundtrack del film "Ultras" (2020) di Francesco Lettieri ambientato e dedicato al gruppo ultras "Apache" di Napoli.

Questo rappresenta un altro esempio di riutilizzo del font che però mantiene parte del suo carico ideologico ma applicato in un contesto diverso, cioè quello della musica, rappresentando anche un caso di commodificazione di alcuni elementi estetici della sottocultura ultras.

Murales "L'anonimato" estratto dal videoclip di "TU T'E SCURDAT" E ME"



II.V. STRISCIONI, SIMBOLO DEL GRUPPO

L'intero genere tipografico ultras di cui ho provato a ricostruirne la storia nelle pagine precedenti trova principale applicazione negli striscioni e nei banner. L'uso di questi applicativi, in realtà, precede quello che è considerato il periodo di nascita del movimento ultras italiano, ma è a cavallo tra gli anni Sessanta e gli anni Settanta che questi cominciano ad assumere un valore sempre maggiore e una funzione ben specifica. Già dall'inizio, lo striscione assume una funzione identitaria, realizzato in maniera estremamente artigianale come mezzo di riconoscimento per i gruppi di tifo spontanei e come marcatori simbolici all'interno dello stadio.

Dagli anni Settanta, il movimento ultras si evolve e aumenta la sua organizzazione e diffusione in tutta la penisola, ma come anche in tutta Europa: la maggiore complessità strutturale di cui ho parlato nel capitolo precedente, porta i diversi gruppi ad avere una maggiore attenzione grafica e progettuale ad ogni supporto comunicativo, specialmente gli striscioni. I materiali rimangono pressoché gli stessi, quindi teli di stoffa con scritte realizzate a mano attraverso l'utilizzo di vernici industriali o smalti. La peculiarità rimane quella dell'essere, appunto, artigianale:

non c'è una standardizzazione del carattere tipografico che, come detto prima, varia tra i diversi gruppi organizzati mantenendo una somiglianza di base anche legata alla funzione. Con la strutturazione del movimento e anche l'esponentiale diffusione e nascita di diversi gruppi ultras in tutta l'Italia, nasce anche la necessità di riuscire a distinguersi dal resto, seguendo la logica comportamentale amico/nemico.

STRISCIONE GRUPPO ULTRAS "SKINS", INTER, STAGIONE 1987/88



70

Questo schema si ripropone anche in ambito grafico: la creatività comincia a diventare un nuovo fronte su cui misurarsi con le tifoserie rivali, quindi la riconoscibilità grafica e la capacità di farsi vedere e riconoscere diventano centrali. La funzione primaria dello striscione è denominativa, cioè atta a dichiarare l'esistenza del gruppo e come segno per marcare il proprio territorio, inizialmente legato solo alla curva, per poi allargarsi al di fuori.

STRISCIONE GRUPPO ULTRAS "CUCS", ROMA, 9 GENNAIO 1977





71

Così gli striscioni cominciano ad assumere valori e funzioni sempre più importanti nelle dinamiche della sottocultura: da essere soltanto denominativi, diventano un applicativo dal valore simbolico più importante tra i vari strumenti delle curve. Oltre a dire "qui ci siamo noi", lo striscione rappresenta una vera e propria firma collettiva territoriale, un confine oltre il quale il "nemico" non può entrare, un territorio da difendere e con uno standard - lo striscione - rappresentativo.

utilizzare gli stessi caratteri e gli stessi simboli per identificarsi e per essere riconosciuti. Si potrebbe dire che, da questo momento, cominciano a diffondersi delle forme popolari e vernacolari di corporate identity all'interno delle curve italiane.

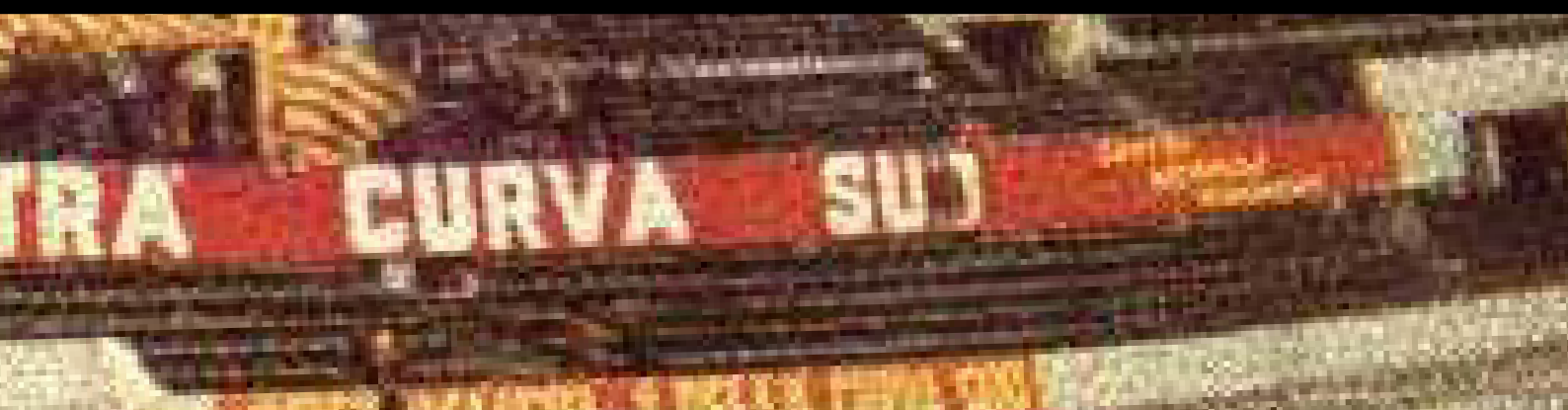
Nei decenni successivi, tra gli anni Ottanta e gli anni Novanta, questo tentativo di costruzione di una brand identity definita diventa sempre più frequente e professionale. I gruppi ultras



72

In questo periodo, quindi, di pari passo con la crescita del carico concettuale legato all'applicativo, si strutturano le scelte grafiche progettuali: i diversi gruppi cominciano ad

stabiliscono e codificano un'estetica ed una tecnica identitaria, alla quale lavorano figure specializzate solo alla progettazione e realizzazione dei supporti visivi da esporre.





73

Cambiano anche i materiali: si passa da teli di stoffa a tessuti sintetici più resistenti, teloni in nylon o in PVC.

Le vernici scelte sono quelle acriliche o spray, applicate attraverso le prime mascherature e stencil soprattutto per il lettering. Questo porta alla sostanziale formalizzazione di un genere tipografico diffuso che comincia ad accomunare sempre più gruppi ultras di tutta la penisola, seguendo anche uno schema imitativo legato a relazioni tra le diverse tifoserie. Per imitazione tra gruppi ultras non necessariamente gemellati ma uniti, magari, dalla stessa rivalità nei confronti di altre tifoserie, seguendo gli schemi della "Legge del Beduino", della quale parlerò approfonditamente più avanti. Questo porta all'origine di un linguaggio visivo e di un'estetica definita a livello nazionale ma mantenendo quel carattere di non standardizzazione e diversità simbolo della sottocultura ultras.

Adesso lo striscione assume nuove funzioni: non solo denominativo, identitario e di marcatore territoriale, ma uno strumento narrativo. Comincia ad assumere una dimensione anche scenica e performativa, con messaggi celebrativi, ironici o provocatori, diventando parte integrante delle ritualità raccontate precedentemente: vengono esposti in determinati momenti specifici dell'evento sportivo, a seconda del messaggio e dei destinatari di quest'ultimo, insieme a cori e coreografie relative.



74

II.VI. 'NEMICO COMUNE'

Con il nuovo millennio, le politiche repressive e di controllo da parte delle forze dell'ordine verso gli ultras cominciano ad inasprirsi, sia dentro che fuori lo stadio. Con l'introduzione di nuove restrizioni relative al controllo sull'esposizione, durante la partita, di striscioni, bandiere e coreografie, i banners mutano ancora una volta la propria funzione e il proprio valore.

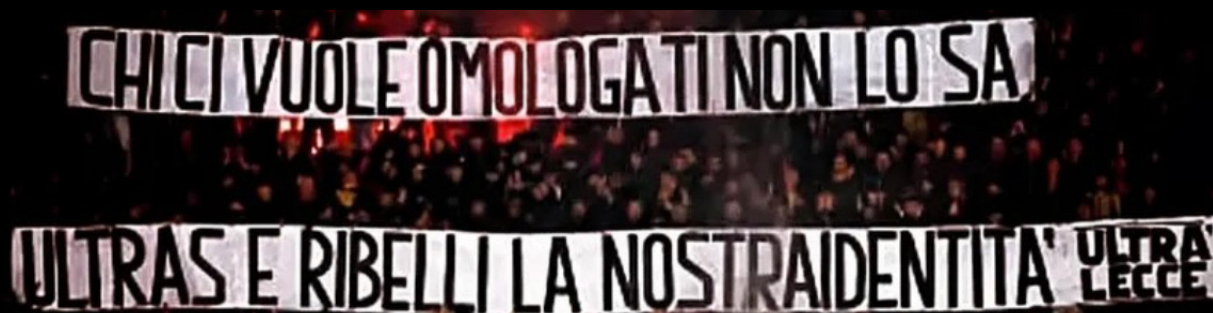
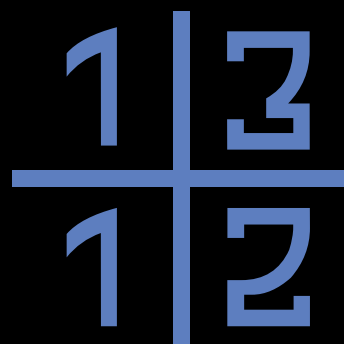
l'opinione pubblica. Lo stadio rappresenta uno dei luoghi con maggiore visibilità, specialmente in Italia, quindi l'esposizione di un messaggio assume anche una funzione di sensibilizzazione del resto degli spettatori nei confronti della tematica scelta.

A questa si aggiunge anche la rapida diffusione dei contenuti attraverso i



75

Esporre uno striscione diventa un gesto dall'altissimo valore simbolico, di identificazione ma anche di denuncia sociale e politica, per veicolare messaggi di dissenso verso le istituzioni, sia pubbliche che le stesse società sportive di riferimento. Lo striscione assume una valenza di mezzo di comunicazione visiva collettiva particolarmente significativo nell'ecosistema ultras:



76

l'esposizione di uno striscione da parte di una curva è un atto di dialogo con l'autorità - sportiva, giuridica o amministrativa - ma anche verso

social media, conferendo agli striscioni una potenza simbolica ancora maggiore, integrandosi in discussioni di critica sociale più ampie.



27

È ancora più interessante vedere come i diversi gruppi ultras di tutta Italia comunichino in maniera estremamente simile quando si tratta di esporre messaggi contro un “nemico comune”, tendenzialmente rappresentato dalle autorità.

Questo schema si integra perfettamente all'interno delle logiche amico/nemico regolate dalla Legge del Beduino, tanto da rendere difficile l'associazione di alcuni striscioni a un gruppo ultras ben preciso (a meno che non siano firmati).



28

Questo schema si integra perfettamente all'interno delle logiche amico/nemico regolate dalla Legge del Beduino, tanto da rendere difficile l'associazione di alcuni striscioni a un gruppo ultras ben preciso (a meno che non siano firmati).

È il caso della mobilitazione su scala nazionale di proteste collettive contro

l'introduzione, nel 2010, della tessera del tifoso: questa nuova manovra venne fortemente contestata da tutti i gruppi ultras italiani, rappresentanti dall'avvocato Lorenzo Contucci che si pronunciò descrivendo la tessera come “l'antichissima della carta sui diritti civili”⁵.



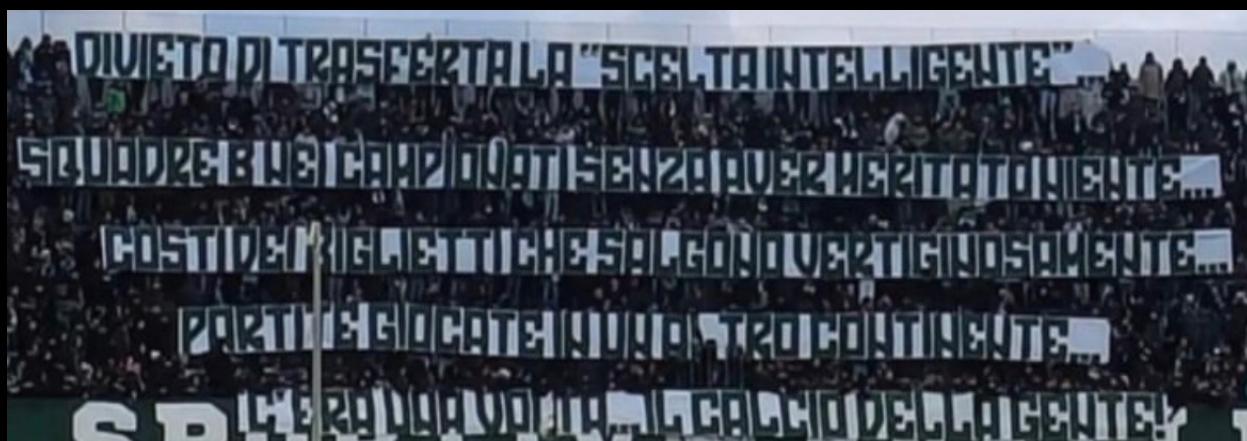
80



81



29



82

Questo provvedimento porta ad un aumento del controllo verso i tifosi, soprattutto nell'ambito delle trasferte, creando una grande ondata di striscioni esposti negli stadi e nelle strade di tutta Italia, indipendentemente dalla categoria, con lo slogan "Trasferte Libere".

In conclusione, con il passare degli anni, lo striscione ha assunto valori e funzioni man mano crescenti e importanti, diventando lo strumento di comunicazione e narrazione collettiva principale della cultura ultras.



83

84

85

86

87

88

89

.III





**ESPRESSIONE IDENTITARIA
DELLA MEMORIA URBANA**

III. ULTRAS DENTRO E FUORI LO STADIO: SEGNARE GLI SPAZI

III.I. STORIA, EVOLUZIONI E SIGNIFICATO

Nel panorama ultrà europeo, si affermano principalmente due correnti maggioritarie, quella inglese, con gli hooligans, e quella italiana. Ci sono differenze dovute ai contesti storici, sociali e culturali che hanno portato alla costruzione di questi due “modelli”: una delle differenze principali a livello di vivere lo stadio e l'evento sportivo è il tema delle coreografie. In Italia, la diffusione delle coreografie ultras nasce e va di pari passo con l'evoluzione del tifo organizzato tra gli anni Sessanta e i primi anni Settanta: inizialmente i gruppi avevano un tipo di organizzazione meno precisa e rigida rispetto agli anni successivi, pertanto, la partecipazione era espressa attraverso i cori, i tamburi e striscioni o bandiere fatte in casa, portate individualmente.

L'idea di gruppo era ben radicata come principio fondante alla base della sottocultura ultras ma, nel modo di esprimere questa unione durante gli eventi sportivi, non emergeva ancora la presenza di spettacoli visivi coordinati da tutto il settore. Questo processo matura poi con il consolidarsi, nel passaggio dalla teoria alla pratica, di ideali comunitari unitari, condivisi attraverso il vivere con più costanza gli stessi spazi, sia urbani che sportivi. A questo si aggiunge, come fattore consolidante, la ripetizione degli stessi gesti, i quali acquistano un valore rituale. Di pari passo migliora e cresce la struttura organizzativa dei gruppi ultras: come

detto precedentemente, le varie tifoserie cominciano ad organizzarsi ispirandosi alla struttura organizzativa dei gruppi extraparlamentari del Sessantotto, creando così una rete e una gerarchia interna con l'assegnazione di ruoli ben precisi con funzioni specifiche.

Questo “salto di qualità” permette ai gruppi di poter rafforzare la partecipazione, adottando un approccio militante (sempre frutto dei fermenti giovanili sessantottini), che va oltre il semplice evento sportivo domenicale ma, si pone come collettivo con riunioni, assemblee e incontri infrasettimanali funzionali all'organizzazione di azioni da poi mettere in atto durante l'evento sportivo. Da quest'evoluzione strutturale, si evolvono contemporaneamente le coreografie, le quali diventano un “nuovo fronte di scontro” con le tifoserie rivali, sul campo della creatività e della progettualità.

Tra la seconda metà degli anni Settanta e la prima degli anni Ottanta, nasce un vero e proprio linguaggio coreografico: le bandiere diventano più imponenti, gli striscioni più grandi e cominciano ad esserci momenti collettivi di curva preparati e coordinati, come evoluzione delle classiche “sciarpate”, torciate e sbandieramenti sincronizzati. I gruppi ultras diventano registi e attori protagonisti dell'evento e non più semplici spettatori: uno dei gruppi ultras celebri per essere stato uno dei pionieri da questo punto di vista è il CUCS, Commando Ultrà Curva Sud nato a

Roma nel 1977. La coreografia comincia ad essere discussa, progettata e costruita come un tipo di linguaggio comunitario consapevole dell'intera curva: attraverso questa modalità la curva comincia a mostrarsi, a parlare e raccontarsi costruendo una propria narrativa.

Lo step successivo si verifica tra la fine degli anni Ottanta e tutti gli anni Novanta, quando la coreografia comincia ad assumere un carattere collettivo monumentale: fanno le prime apparizioni le coreografie "a mosaico", con dei cartoncini distribuiti a tutti i tifosi del settore scelto con l'obiettivo finale di creare un unico grande messaggio. Poi cominciano ad esserci anche enormi teli dipinti a mano, possibili soltanto grazie alla crescita organizzativa dei gruppi del tifo organizzato, con processi di autofinanziamento e collaborazioni con i club, creando queste opere collettive monumentali finalizzate a dimostrare soprattutto supporto, passione e attaccamento alla squadra e alla città.

Un evento significativo per la storia delle coreografie ultras in Italia è la coreografia "TI AMO" della Curva Sud della Roma durante il derby del 1983: da questo momento la curva non diventa più la parte più "calda" tra gli spettatori, ma diventa essa stessa lo spettacolo. La curva diventa un'espressione di rappresentazione pubblica ancor più radicale rispetto all'evento calcistico stesso ponendosi come rito urbano collettivo.

Sticker gruppo ultras CUCS, Roma



91

Curva Sud CUCS, Roma, Anni '70



92

Curva Sud Roma, Coreografia "Ti Amo", derby Lazio - Roma, 23 Ottobre 1983

93



RTITA A CASA TUA CON

VIDEOREGISTRATORI
TA FEDELTA'

FEDELTA' AUDIOVIDEO

PRIMA CLUB INCIPIT
APPIO LAINO

INCERE MALGRADO TUTTO

Con la fine degli anni Novanta e gli anni Duemila, il fenomeno delle coreografie diventa ancora più complesso e articolato dal punto di vista progettuale e creativo. Si diffonde in tutte le curve d'Europa, una sorta di produzione artistica comunitaria che unisce estetica alle forme di espressione identitarie della cultura ultras, diventando così, non più una semplice dimostrazione di attaccamento e passione verso il club, ma una dichiarazione di appartenenza, storia e memoria.

e propri laboratori per la creazione di queste opere imponenti, che richiedono una grande quantità di tempo, energie e denaro, ma che restituiscono la creazione di sentimenti di collettività comunitaria, costruita costruendo la curva stessa, due attori che si auto alimentano vicendevolmente,

«Costruire insieme la curva significa costruire la comunità.»

Legia Varsavia - F.C. Astana, Varsavia, 2 Agosto 2017.

"Durante la rivolta di Varsavia, i tedeschi uccisero 160 mila persone, centinaia di questi erano bambini"
Coreografia per l'anniversario dell'inizio della rivolta polacca, cominciata il primo agosto 1944.



94

Il destinatario si amplia: diventa la città, l'opinione pubblica tutta e diventa mezzo di espressione comunitario su temi che vanno anche fuori dalla sfera sportiva.

Le coreografie diventano tridimensionali, articolate e alcune volte meccanicizzate, aumentando il carattere performativo cresciuto di pari passo con le coreografie stesse. L'atto di progettazione e creazione reale della coreografia diventa strumento di socializzazione e unione: i gruppi organizzano dei veri e

Constatata la profondità reale del fenomeno, si può intendere la coreografia come un testo semiotico complesso, ovvero una composizione di segni, colori, forme, movimenti, finalizzati alla comunicazione di un messaggio.

Le coreografie non vanno intese come semplici ornamenti estetici spettacolari, ma come forma di espressione artistica e forma di comunicazione collettiva, la cui migliore comprensione passa necessariamente attraverso un approccio interdisciplinare di analisi metodologica.



95

"Stand up for your rights"



96

"Don't give up the fight!"



97

Rappresentano, inoltre, un nuovo livello di scontro: all'interno dello stadio le tifoserie rivali si sfidano sul campo della creatività, soprattutto in occasione di incontri speciali come i derby. Di seguito, la sfida sugli spalti tra la Curva Nord 69 (Internazionale Milano) e la Curva Sud (A.C. Milan), durante le semifinali di Champions League della stagione 2022/23.

Coreografie Milan-inter, Semifinale di andata, 10 Maggio 2023, San Siro



98

Curva Nord, Ultras Inter, 10 Maggio 2023

Coreografie Inter-Milan, Semifinale di ritorno, 16 Maggio 2023, San Siro



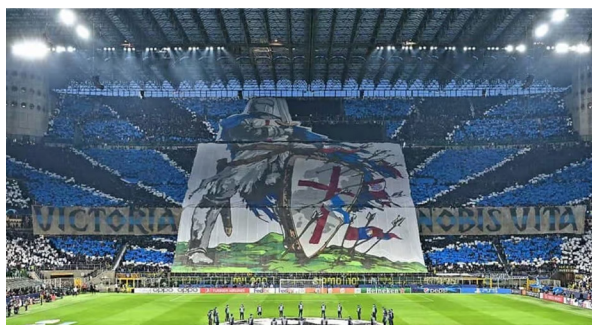
101

Curva Nord, Ultras Inter, 16 Maggio 2023



99

Curva Sud, Ultras Milan, 10 Maggio 2023



102

Curva Sud, Ultras Milan, 16 Maggio 2023



100



103

III.II. ANALISI METODOLOGICA, LE COREOGRAFIE COME TESTO SEMIOTICO COMPLESSO

Una coreografia è un atto comunicativo che nasce da un'intenzione: "Chi siamo?" "Cosa vogliamo dire a tutti?". L'atto è costituito da diversi elementi, a partire dall'emittente, cioè la curva, luogo dove l'individualità cade per lasciare spazio al messaggio che tutto il gruppo vuole comunicare unitariamente.

Bisogna fare una distinzione, invece, tra i destinatari, che possono essere diretti o indiretti: il destinatario diretto è la squadra e la tifoseria avversaria del preciso evento sportivo. Il destinatario indiretto racchiude tutti quegli attori "esterni" alla partecipazione dell'evento in questione, quali media, l'opinione pubblica tutta e le istituzioni.

Il codice scelto rispecchia il linguaggio tipico della cultura ultras, mantenendo il carattere rituale del tifo organizzato, esplicitando il proprio messaggio attraverso il canale dello stadio: questo spazio ha rappresentato per lungo tempo, nell'era pre-social e prima della massiccia diffusione e crescente accessibilità dei mass media, uno dei luoghi dediti a manifestazioni sportive pubbliche con più risonanza mediatica, soprattutto per l'enorme attenzione e risonanza che i media e i giornali italiani danno al calcio e anche per quanto la "calciofilia" è diffusa nel nostro Paese. La curva, quindi, attraverso le coreografie, rappresenta una forma di comunicazione collettiva, il cui contenuto rispecchia e porta in alto valori come appartenenza e identità, costruendo una memoria condivisa sfruttando anche il forte potere simbolico della semiotica che le compone.

Le coreografie, dal punto di vista formale, sono tendenzialmente composte da tre livelli: il primo è il livello cromatico, cioè quello che regola la disposizione dei colori all'interno della curva. Attraverso ciò avviene il processo per il quale l'individualità del singolo ultras cade in favore della creazione di un unico "corpo visibile" che costituisce la curva.

Il secondo livello è quello iconografico, che racchiude tutto l'insieme di simboli, figure, stemmi e anche miti cittadini; l'adozione di queste icone è centrale nella cultura ultras e segue uno schema di identificazione del gruppo in ideali rappresentati da queste figure. La scelta è pienamente autoreferenziale e, spesso, rappresenta il termine di un processo di trasformazione del significato originale dei simboli adottati, seguendo un processo di "bricolage" o "cut up", spiegato da Valerio Marchi:

«Tutto ciò che può contribuire all'identità della tifoseria, in quanto opposta ad altre tifoserie, viene adottato, senza riferimento al significato originario del simbolo»¹.

Questi processi contribuiscono alla definizione degli ultras come una sottocultura cumulativa, cioè che tende ad assemblare più elementi delle diverse controculture e sottoculture giovanili, con le rispettive influenze politiche, da inserire, per essere compresi, **«all'interno della cornice dominante di una partita di calcio - quella che più volte ho definito in questo saggio 'opposizione rituale amico/nemico'»².**

La presenza di questi simboli permette l'attivazione di connessioni culturali dirette con la memoria collettiva della tifoseria e della città tutta in questione, permettendo un riconoscimento immediato, come ad esempio la Lupa per Roma o il Toro per Torino. La curva non crea o inventa simboli ma li recupera reinserendoli in un contesto contemporaneo più ampio, da poi specificare all'interno della cornice rituale di una partita di calcio.

Questo permette di creare continuità con la storia della città, formare e rafforzare la memoria collettiva e può essere anche letta come narrazione di una comunità resistente a tutti i processi di omologazione e commercializzazione che il calcio, come lo sport in generale, subisce.

Un esempio degno di nota riguarda una coreografia della Curva Sud della Roma, in occasione del derby di ritorno della stagione 2024/2025: La coreografia, che ricopre tutta la curva, vede come protagoniste 4 figure, una di dimensioni maggiori e al di sotto altre tre figure.

Il primo è Agostino Di Bartolomei, storico capitano del secondo scudetto.

Figurina Agostino Di Bartolomei



104

sotto di lui, sulla sinistra è raffigurato Ferraris IV, primo capitano della Roma, con indosso la maglia della Fortitudo.

Attilio Ferraris IV, Anni '30



105

Sulla destra Giovanni Degni, capitano e allenatore della Roma, con in dosso la maglia dell'Alba.

Giovanni Degni, Anni '20



106

Ma la storia più romantica e interessante è raccontata dalla figura in basso al centro, Giorgio Carpi con la maglia del Roman, storico club di cui il padre era dirigente. Quest'ultimo aveva come desiderio quello di unire le tre società, Fortitudo, Roman e Alba per creare una

sola società. Questo avviene ma purtroppo, il padre di Carpi scompare improvvisamente in un incidente: dopo questo evento, il figlio decide di dedicare tutto sé stesso alla neonata Associazione Sportiva Roma.

Giorgio Carpi detto "Signorino", Anni '20



107

Durante le nove stagioni da giocatore, Giorgio Carpi non percepirà mai uno stipendio, per sua scelta: la motivazione era che la vera ricompensa era l'onore di indossare quella maglia e portare avanti il sogno di suo padre, rappresentando quella passione totalizzante che viene romanticamente ricordata da tutti gli appassionati di calcio.

Questo esempio è uno tra i tantissimi presenti nella storia delle coreografie, ma mi sembra perfettamente esplicativo del potere simbolico delle scelte e permette di comprendere la profondità progettuale che c'è dietro l'organizzazione e la creazione di una coreografia, soprattutto per occasioni "speciali" come i derby.

È avvenuto un processo di riattivazione di simboli come le tre società, Fortitudo, Alba e Roman, la cui fusione ha portato alla creazione della squadra attuale, l'A.S. Roma.

"Tre uomini, una maglia"



108

Ma è anche un modo per la curva di dare continuità alla storia della città e creare una narrazione di comunità resistente verso processi di commercializzazione e "de-romanticizzazione" che il calcio ha subito e subisce, dinamiche rifiutate dalla sottocultura ultras.

L'ultimo livello è quello testuale, con la presenza di slogan, motti, citazioni o numero che esplicitano il messaggio che la curva desidera mandare in quell'occasione, rafforzandone i termini e l'impatto.

"Una città una maglia", Curva Sud Roma, 13 Aprile 2025



109

Tra i tre livelli è presente una relazione: il piano cromatico è funzionale a creare una base emotiva, l'iconografia dà identità simbolica e riporta significati diretti, metaforici o allegorici collegati al messaggio che si vuole comunicare.

Infine la parola permette di orientare al meglio il pubblico verso il significato più puntuale e preciso che si vuole comunicare. La coreografia è una performance: è un insieme di fattori e caratteri rituali derivati da una coordinazione collettiva (trasforma singoli individui in un unico "corpo visibile"), ripetuti nel tempo con costanza. Questa ripetizione permette di creare continuità e tradizione, sia dal punto di vista concreto dell'azione che a livello concettuale: la curva costruisce sé stessa mentre si rappresenta, attraverso un

atto performativo permette di creare e rafforzare l'identità di chi lo compie. Per comprendere la reale profondità di queste rappresentazioni è necessaria un'interpretazione critica a partire dall'osservare la composizione visiva, leggere le simmetrie, riconoscere i diversi livelli di occupazione dello spazio.

Successivamente si passa al riconoscimento dei riferimenti visivi culturali interni, da poi contestualizzare nella cornice dell'evento sportivo specifico o del preciso momento della partita in cui



si attua. Attraverso la coreografia e la performance ad essa connessa, la curva e chi la compone passa da essere spettatore a regista e protagonista dello spettacolo sportivo, contribuendo all'affermazione di autonomia del soggetto tifoso ma anche alla costruzione di un'identità locale. Quindi le coreografie sono degli strumenti di auto-rappresentazione collettiva, possibile attraverso l'utilizzo di forme, colori, simboli, movimenti funzionali a costruire una

narrazione visiva della propria identità. Per una comprensione corretta non deve essere intesa solo come un ornamento estetico ma va vista come un tipo di linguaggio sociale, espressione di una memoria collettiva condivisa motore di coesione comunitaria, che unisce estetica, rito e performance messa in atto in uno degli spazi più esposti e con maggiore visibilità, lo stadio.

"Una città una maglia", Curva Sud Roma, 13 Aprile 2025

110



La coreografia è una forma di resistenza culturale che riporta al centro dell'attenzione la comunità e il suo rapporto con la città, delle tensioni sociali e conflitti identitari che la caratterizzano.

Le curve custodiscono la memoria cittadina, celebrando ciò che è stata, ma soprattutto rivendica ciò che vuole essere nel futuro; lo stadio quindi diventa uno spazio politico, un luogo in cui la città prende parola quando non ha più voce nei canali istituzionali tradizionali.

La curva si riappropria di uno spazio pubblico (lo stadio) contro processi di standardizzazione commerciale, portando avanti un'idea di comunità attiva, dove creare socialità e cultura dal basso, dove l'identità non è rappresentata passivamente, ma è una dichiarazione sociale urlata a gran voce.

III.III. OLTRE LO STADIO

La coreografia, come detto prima, è legata al contesto urbano di riferimento, così come tutta la sottocultura ultras è connessa radicalmente al concetto di "territorio", che non si limita soltanto allo stadio ma a tutti i suoi prolungamenti. Pertanto è possibile definire le coreografie come un tipo di "scrittura urbana", collegata con il modo in cui il tifo organizzato abita i contesti urbani, che siano il proprio o quello avversario. Il tifo non va, quindi, inteso come un fenomeno circoscritto alla partita, ma è una forma di presenza sociale e simbolica che influisce e incide sul contesto e sull'immaginario urbano e sociale, sulla loro percezione e sulle dinamiche identitarie delle comunità coinvolte.

Proprio per questo motivo ogni città presenta delle differenze su questo

genere di dinamiche basate sulle differenze storiche, culturali e sociali dei singoli contesti. Napoli è diversa da Roma, da Torino così come Marsiglia rispetto a Parigi o a Saint-Etienne. Seguendo questa visione, l'impatto ultras tocca delle dimensioni che vanno oltre lo sport, collocandosi nel campo più ampio e complesso dell'antropologia urbana, di come si usano e si vivono socialmente gli spazi e come si costruisce collettivamente un'identità comunitaria.

Nel "territorio primario", lo stadio, la curva mette in scena le azioni più rituali, attraverso i propri strumenti: voce, il proprio corpo, bandiere, fumogeni, striscioni e coreografie. La ritualità non sta soltanto negli atti in sé, ma nel carico simbolico che questi assumono. La partita di calcio non è una manifestazione sportiva, ma è il teatro in cui mettere in scena, allegoricamente, tutte le conflittualità e le dinamiche che caratterizzano la città. La curva assume la funzione di sintesi sociale comunitaria, in quanto rappresenta il punto d'incontro tra storia comunitaria, appartenenza territoriale e iconografia condivisa, storicamente e ideologicamente. Lo spazio urbano non è soltanto uno sfondo, ma un luogo con una storia e una geografia invisibile che caratterizza tutte le dinamiche legate a questo fenomeno.

"Lo spazio urbano diventa estensione del territorio curva: la città è abitata, segnata e rappresentata attraverso simboli visibili e presenze ritualizzate"³

Per questo motivo sorge logico un collegamento tra la sottocultura ultras e la street art, la cui analisi è fondamentale per comprendere queste dinamiche. Come mostra l'articolo scritto da Vittorio Parisi

per Switch (on Paper) intitolato “Street Art in Italy: from non-placet to festivals”, la street art italiana si sviluppa in maniera ambigua e alternata tra istituzionalizzazione e spontaneità, tra funzione estetica e riconoscimento socio-culturale. Rispetto alla street art intesa in senso generale, i murales ultras assumono una funzione comunitaria: cade la dimensione individuale legata all'autore, che non è il singolo ma il gruppo di curva intero.

Per questo motivo, muta anche l'importanza della dimensione estetica che passa in secondo piano: il murales ultras non ha la funzione primaria di abbellire il “quartiere”, ma deve dichiararlo e raccontarlo. Ciò che si cerca attraverso questa pratica non è quindi un miglioramento urbanistico estetico, di facciata, attraverso delle immagini ma creare una memoria collettiva grazie all'utilizzo di simboli e icone che raccontano la storia del gruppo e della città.

La vera forza di queste azioni non è data dal permesso dell'autorità costituente, ma dalla legittimazione affettiva data dalla gente che vive quotidianamente quegli spazi. I muri diventano uno spazio di espressione politica informale, storicamente usate come megafono sociale per comunità marginalizzate che non hanno una voce nei canali istituzionali tradizionali, **«i muri diventano archivi visivi, capaci di conservare storie non istituzionali»⁴**

Un esempio di questa dinamica è raccontato da Bérangère Ginhoux, in un'etnografia sui due principali gruppi ultras della città di Saint Etienne, nel Sud della Francia: l'autore mostra come la competizione messa in atto all'interno dello stadio rappresenti solo una parte della reale portata di questo tipo di “conflitto”.

Come detto prima, il centro urbano è un prolungamento dello stadio e quindi del territorio di appartenenza dei diversi gruppi ultras, ma anche scenario delle contese tra gli stessi. Si tratta di un tipo di conflitto non diretto, come quello fisico, ma a distanza: i murales, gli sticker, gli striscioni sono le “armi” con le quali i diversi gruppi marchiano le infrastrutture per legittimarne il patrocinio, specialmente nelle zone di collegamento tra città rivali, attraverso un processo di marcatura simbolica.

Cancellare o sovrascrivere i segni fatti da altri gruppi rappresenta una dichiarazione di sfida simbolica nei confronti dell'altro gruppo: l'obiettivo è dominare lo spazio visibile della città.

Nel caso di Saint-Etienne, le zone della città sono divise tra due gruppi principali, i Magic Fans e i Green Angels: dalla catalogazione ed analisi delle strade della città francese, è possibile creare una mappa simbolica invisibile, dove muri, strade e ponti rappresentano confini non istituzionali tra le diverse zone.

Murales “Green Angels” Saint-Étienne



Quartieri popolari, zone periferiche e i piccoli centri urbani attorno a Saint Etienne sono "territorio" dei Magic Fans, mentre le restanti parti del centro sono "territorio" dei Green Angels. Da ciò si può comprendere come la territorializzazione non è omogenea ma è unica e singolare per ogni contesto urbano: in questo caso, i due gruppi ultras sono autori e narratori della propria città, raccontando la storia mineraria e industriale attraverso simboli, murales, coreografie e sticker celebrativi della città di Saint Etienne.

Taq "Magic Fans" Saint-Étienne.



114

Murales "Green Angels" Saint-Étienne



112

Murales "Magic Fans" Saint-Étienne



113

I murales ultras quindi possono essere definiti dei veri e propri monumenti affettivi, con riferimenti storici disparati, legati a vittorie storiche del club, tifosi scomparsi, che rappresentano una dichiarazione d'amore e appartenenza alla città e alla squadra.

I muri diventano archivi a cielo aperto che raccontano la memoria popolare, negli spazi vissuti quotidianamente dalle stesse persone che raccontano e celebrano la propria storia, luogo dove la cultura viene creata e diffusa dal basso.



115

Uno dei contesti dove è molto evidente questa connessione tra street art e sottocultura ultras è Marsiglia: il calcio diventa una metafora vivente della città e delle sue dinamiche.

Al Vélodrome, l'impianto sportivo di Marsiglia, i gruppi dell'OM cantano la città, portando in scena conflitti sociali che la abitano, rivendicando le appartenenze e le memorie collettive.

I gruppi agiscono come rappresentanti attivi della città di Marsiglia, raccontandone la storia di centro portuale, popolare, ribelle e orgoglioso della propria identità.

"Una Città, un Club, una Storia", 26 Febbraio 2023



117



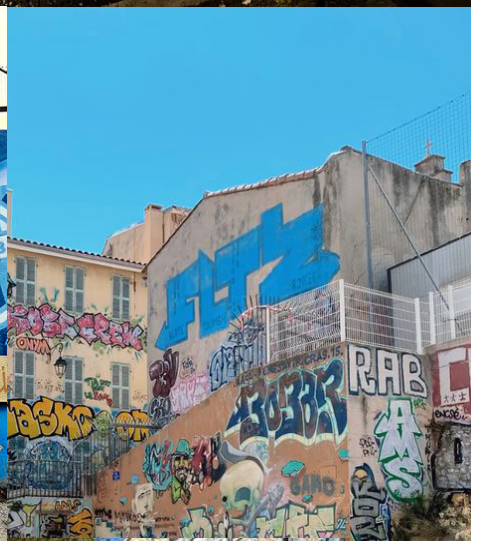
118

Murales "Tifo organizzato Marsiglia", Marsiglia



116





Bromberger continua analizzando la città di Napoli e il suo rapporto con il tifo calcistico: la città partenopea rappresenta l'emblema della trasformazione dello sport, del calcio in particolare, in linguaggio sociale e politico, dove lo stadio rappresenta una vera e propria "piazza cittadina coperta", luogo di aggregazione, comunità e rappresentanza di un'identità sud-italiana marginalizzata rispetto a quella industriale del Nord.



119

Proprio per questo motivo è immediata la visione del tifo come sentimento di orgoglio e rivalsa e ciò emerge in maniera lampante in diversi eventi specifici, come il match contro la Juventus della stagione 1990/91, dove in campo non era in atto solo un "conflitto sportivo" ma una battaglia rituale tra due modelli culturali opposti: la produttività industriale borghese Torino contro l'orgoglio e la passione popolare della città partenopea.

Questa logica viene rafforzata se si analizzano i motivi alla base del processo di monumentalizzazione e divinizzazione di Maradona. Questo riflette la voglia di

riscatto della città di Napoli: un uomo, allo stesso tempo divino, eroe e martire popolare, proveniente dal Sud del mondo che batte i forti, un uomo del popolo che si oppone ai potenti. Per Bromberger, Napoli rappresenta lo scenario dove il calcio e la pratica ultras esprimono il loro carattere rituale e liturgico alla massima potenza, la città vive la squadra come un prolungamento di sé stessa e dei valori costituenti, la passione non è solo sportiva, ma affettiva, culturale e politica.

Murales Larco Maradona. Quartieri Spagnoli. Napoli



120

Nel rapporto con il contesto urbano, è emblematico il caso dei Quartieri Spagnoli, dove sorge il celebre murales di Maradona, diventato quasi un luogo di culto e, ormai, una meta turistica.

Murales per il terzo scudetto al Pallonetto di S. Lucia,
Napoli, 2025



121

È evidente come la funzione dei murales sia dichiaratamente comunitaria, nata dal basso, condivisa e portata avanti dagli stessi che l'hanno creata e vissuta: non è un'opera d'arte ma una dichiarazione identitaria integrata nella vita quotidiana.

La città in questo caso è protagonista, la squadra metafora di valori collettivi di appartenenza e solidarietà e i murales servono come forma di rivendicazione. Napoli non è un territorio occupato e "infestato" dagli ultras, ma è una città do-

Murales gruppo ultras "Mastiffs" Curva B



123

ve la tifoseria stessa rappresenta una forma di identità urbana, dove la dimensione performativa del tifo diventa parte integrante dello spettacolo che, in sé, è un atto politico e artistico.



124

Murales Porto di Mergellina, Napoli



122

Murales Maradona "Hasta la victoria siempre", associazione simbolica autoreferenziale per rafforzare l'idea del giocatore argentino come simbolo di resistenza e lotta popolare



L'ultimo caso preso in esame da Bromberger è Torino: a differenza di Napoli, rappresenta una razionalizzazione del tifo, la cui storia è legata in maniera imprescindibile alla dimensione operaia di fabbrica e alle gerarchie di classe. Torino viene descritta come un territorio conteso tra un'identità "borghese e aziendale" della Juventus e quella "popolare e operaia" del Torino; quindi non si tratta di una rivalità che si esaurisce nella dimensione sportiva, ma rappresenta una lotta sociale. Il derby incarna una rappresentazione della stratificazione urbana, con delle distinzioni presenti anche nella composizione sociale delle curve. La distinzione non è netta ma funge da discriminante simbolica, "classe operaia" contro "borghesia industriale", conflitto che si evidenzia anche nel modo di esprimere il supporto.

La curva Maratona fonda la propria identità su un carattere quasi mitologico: la tragedia di Superga del 1949 diventa il nucleo della narrazione identitaria granata, un mito di morte e risurrezione forte e saldo in tutta la popolazione. Anche il modo in cui i muri torinesi sono segnati,

Murales "Ultras Granata" S. Rita, Torino



127

evidenzia una radicalità maggiore del popolo granata, rimarcando il carattere popolare e operaio della città che esprime, attraverso il calcio, quel conflitto tra identità comunitaria e progresso industriale, che, durante il derby,

«Fa esplodere, per novanta minuti, le contraddizioni di una città che normalmente le tiene represses»⁵.

In conclusione, Bromberger evidenzia le differenze nel rapporto tra calcio, tifo e storia della città, esplicando le caratteristiche catartiche del tifo a Napoli e della metafora della lotta di classe a Torino, visioni legate dall'intendere il calcio come un'infrastruttura culturale.

Murales per il Grande Toro, in ricordo della tragedia di Superga, ex stadio Filadelfia, Torino



128

FED AYN



III.IV. GLI STICKER: ICONOGRAFIE DI UN PASSAGGIO



Se i murales possono essere considerati dei monumenti affettivi e identitarie, gli sticker rappresentano le "tracce": questi piccoli applicativi disegnano dei percorsi che i gruppi ultras di appartenenza percorrono, nelle strade della propria città ma anche in altre.

Simboleggiano il passaggio del gruppo in una determinata zona, è un'estensione della presenza simbolica sul territorio.

Come scrive Velikonja, la produzione visiva ultras rappresenta una forma di linguaggio estetico ma anche una pratica ideologica, affermando che

«Il graffito ultras non è mai neutro: nei segni visivi emergono riferimenti politici, slogan culturali e visioni del mondo che oltrepassano la rivalità sportiva.»⁶

Velikonja si sofferma successivamente sull'uso degli sticker: come detto prima, essi rappresentano delle tracce, funzionali alla creazione di una topografia invisibile, i cui confini sono rappresentanti da pali della segnaletica stradale, vetrine, luoghi pubblici come bar o pub, ponti, muri e strade.

Diventano archivi a cielo aperto che racchiudono una "semiotica di strada", la cui diffusione è facilitata dalle caratteristiche del mezzo scelto, in questo caso gli sticker.

Si tratta di applicativi estremamente mobili, economici e che permettono di cartografare i movimenti del gruppo ultras. Hanno anche un'enorme densità e potenza comunicativa in rapporto alla loro dimensione. poiché

«Utilizzano immagini familiari o icone pop riconoscibili, in modo che il passante sia catturato dall'immagine e legga il messaggio identificativo del gruppo»⁷.

Quindi, questi strumenti diventano "armi" con cui marcare un territorio, ma anche sfidare l'anonimato metropolitano, frutto di processi di urbanizzazione sfrenata e de-personalizzante.



IV. CONCLUSIONI

Al termine di questo percorso, spero di aver fatto comprendere la reale complessità che si nasconde dietro le opinioni stereotipiche diffuse sulla sottocultura ultras. L'idea era quella di cercare di analizzare questo fenomeno attraverso la lente del design per la comunicazione: il frutto è stata un'analisi degli strumenti comunicativi ultras che ha rivelato un ecosistema visivo autonomo di segni e linguaggi, estremamente legato alle trasformazioni sociali che hanno accompagnato l'evoluzione di questa cultura nel corso degli anni.

Dalla diffusione del calcio dall'inizio del Novecento, all'esplosione definitiva tra gli anni Sessanta e Settanta, gli ultras sono uno dei fenomeni socio-culturali più longevi e radicati nel tessuto sociale italiano. La ricostruzione storica ha evidenziato come il movimento ultras e la sua evoluzione negli anni, possa essere visto come uno specchio del disagio di una parte della società, soprattutto quella più giovane.

La curva diventa uno spazio "liberato" da norme sociali e comportamentali non più accettate, dove il singolo perde il suo valore individuale per identificarsi nel gruppo. Qui l'identità collettiva si forma e viene rafforzata e coltivata attraverso riti condivisi e pratiche autoreferenziali.

La tipografia può essere considerata un aspetto che rispecchia l'enorme complessità e autoreferenzialità di questo fenomeno. Innanzitutto non si può parlare di un carattere singolo ma di un genere vernacolare, risultato della sovrapposizioni di culture, estetiche e processi di "cut up"

iconografico. Il successivo spoglio del carico ideologico di alcune simbologie testimonia la peculiarità della sottocultura ultras di appropriarsi di simboli e rielaborarli in maniera autoreferenziale, legandoli alle proprie logiche. La tipografia quindi è un segno collettivo, una traccia lasciata come dichiarazione di presenza e non semplici scritte.

Questa presenza viene formalizzata sugli striscioni che, assieme alle coreografie, rappresentano un modo di narrare la comunità, la storia della città. Lo striscione assume una funzione simbolica e politica come strumento di dialogo e/o denuncia verso l'esterno: la cosa più interessante è stata vedere come i diversi gruppi ultras, anche rivali tra loro, comunicano nello stesso modo quando il "nemico" è esterno al movimento, come le istituzioni, forze dell'ordine e opinione pubblica.

L'analisi, poi, si è spostata dallo stadio allo spazio urbano, poiché la presenza ultras non è legata solo all'impianto sportivo. Attraverso la street art e gli sticker, i muri delle città diventano degli archivi di memoria condivisa, creando una geografia interna invisibile: queste pratiche sono legate al concetto di territorio, che non si esaurisce nella curva del proprio stadio.

Il territorio esprime e narra la memoria della comunità: evidenti i casi di Napoli e Marsiglia, dove il tifo rappresenta un vero e proprio linguaggio urbano che racconta la storia della città come forma di resistenza culturale.

U/Oltre non è né un'esaltazione né una

condanna della sottocultura ultras, ma un tentativo di dare uno sguardo critico che testimoni la reale complessità del fenomeno, sia a livello socio-culturale che comunicativo. Credo che proprio questi due livelli siano estremamente connessi, non solo in questo caso, ma in generale. Da questo lavoro sono sempre più convinto di come la progettazione della comunicazione rappresenti una chiave di lettura importante per comprendere fenomeni sociali e culturali complessi. Analizzare questi strumenti è stato un modo per scoprire la storia e l'evoluzione di questo movimento, portatore di forme di comunicazione create dal basso, dal popolo, dai giovani nel tentativo di costruire delle comunità resistenti. Le curve rappresentano uno specchio della società e un luogo dove il disagio giovanile ha trovato una voce propria, autonoma, in grado di creare la propria narrazione collettiva.



Note

Capitolo 1

1. Con "violenza" non si intende quella indirizzata semplicemente verso persone o oggetti, ma un tipo di violenza simbolica, frutto di un disagio sociale, legata a sentimenti di rabbia legati a tematiche sociali.
2. A. Roversi, "Calcio e violenza in Italia", cit., pp. 80-81.
3. Ibid., p.87.
4. Ibid., p.86.
5. V. Marchi, "Ultras: le sottoculture giovanili negli stadi d'Europa", cit., p. 87.
6. A. Roversi, "Calcio e violenza in Italia", cit., p.90.
7. P. Bugiatti, "Tempi duri per i «capelloni» (art. pubblicato nel 1966 dal «Corriere della Sera»)", in AA.VV., "Ma l'amor mio non muore. Origini, documenti, strategie della cultura alternativa e dell'underground in Italia", Arcana, Roma 1971, pp. 172-73.
8. M. Monicelli, "L'ultrasinistra in Italia" 1968-1978, Laterza, Roma-Bari 1978, p. 4.
9. S. Veca, "É successo un '68", in "Storia dei giovani prima, durante e dopo il '68", in «Panorama», 7 Febbraio 1988, p. 132.
10. A. Roversi, "Calcio e violenza in Italia", cit., pp. 93-94.
11. Ibid., pp. 94-95
12. A. Dal Lago, "Descrizione di una battaglia", cit., p. 97
13. Ibid.
14. A. Roversi, "Calcio e violenza in Italia", cit., p. 62.
15. A. Dal Lago, "Descrizione di una battaglia", cit., p.99
16. V. Marchi, "Ultras: le sottoculture giovanili negli stadi d'Europa", cit., p. 146.

Capitolo 2

1. Alessio D'Ellena, classe 1985, è un type e graphic designer italiano, con base a Milano nello studio SUPERNE
2. Ordre Nouveau è stato un movimento politico extraparlamentare francese di estrema destra, nata a Parigi nel 1969 dall'unione di diversi componenti affiliate ad altri gruppi, come la rivista Occident
3. L'acronimo GUD, Group Union Défense, fa riferimento ad un movimento studentesco francese di estrema destra nato nel 1968 nella Pantéon-Assas University di Parigi.
4. La tessera del tifoso è uno strumento nominativo introdotto dal 2009 all'interno di una manovra per aumentare le politiche di sicurezza negli stadi. È una tessera rilasciata dalle società sportive o da enti convenzionati che permette di associare i dati anagrafici de* tifosi* ad un sistema di controllo degli accessi. Necessaria, inoltre, di acquistare abbonamenti e biglietti per le partite in trasferta. Questo provvedimento è stato oggetto di forte contestazione da parte del mondo ultras, perché vista come un dispositivo di controllo e sorveglianza mirato a limitare le libertà del tifo organizzato. Va in forte contrasto con i valori di anonimato, autonomia e appartenenza, principi cardini del movimento.

Capitolo 3

1. V. Marchi, "Ultrà: le sottoculture giovanili negli stadi d'Europa".
2. A. Dal Lago, "Descrizione di una battaglia", cit., p. 112.
3. Bromberger, C., "Le match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin".
4. V. Parisi, "From non-places to festivals: Street art in Italy. Switch On Paper"
5. Bromberger, C., "Le match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin".
6. Ibid.
7. M. Velikonja "The chosen few: Aesthetics and ideology in football-fan graffiti and street art"

Sitografia e Bibliografia

SITOGRAFIA

- [Articolo sulle prime diffusioni in Italia di stili giovanili sottoculturali ispirati ai Teddy Boys]. (1959, 23 settembre). Corriere della Sera https://archivio.corriere.it/Archivio/interface/thumbnails_pagine.html#!/23-09-1959/23-09-1959/NobwRADghgtgpmAX-GAJIAlMAaMAZAJwHsYkwAmAZgHoAGATmoEZ6BWWenMdlsqxluzABfbOGjwyAazgBPAO5ECKTujgAPdGREBdIA
- Corriere della Sera – Roma. (2009, 13 novembre). Cortei sabato a Roma, disagi per il traffico e i trasporti. https://roma.corriere.it/roma/notizie/cronaca/09_novembre_13/cortei_sabato_roma_disagi_trasporti-1602007832926.shtml
- Corriere della Sera – Roma. (2009, 14 novembre). Corteo dei tifosi contro la tessera del tifoso. https://roma.corriere.it/roma/notizie/cronaca/09_novembre_14/corteo_tifosi_contro_tessera-1602009346024.shtml
- Cronache della Campania. (2023, 15 marzo). Napoli, il murale al Pallonetto. <https://www.cronachedellacampania.it/2023/03/napoli-murale-pallonetto/>
- Ginhoux, B. (2015, 13 maggio). En dehors du stade : l'inscription des supporters « ultras » dans l'espace urbain. Métropolitique <https://metropolitiques.eu/En-dehors-du-stade-l-inscription.html>
- Mattioli, V. (2014, 15 ottobre). "Ultras Liberi", storia del fasciofont. Vice. <https://www.vice.com/it/article/storia-font-ultras-liberi-593/>
- Minime Explorer. (2023, 3 maggio). I più bei murali di Maradona a Napoli. <https://minimeexplorer.ch/2023/05/03/i-piu-bei-murali-di-maradona-a-napoli/>
- Napoli da Vivere. (2020, 29 novembre). I due grandi murali di Maradona che si trovano a Napoli: Street art a Napoli. <https://www.napolidavivere.it/2020/11/29/i-due-grandi-murali-di-maradona-che-si-trovano-a-napoli-street-art-a-napoli/>
- Nss Magazine. (2019, 1 luglio). Ultras Liberi: il carattere degli striscioni. La lotta con la polizia e i graffiti, passando per SS Lazio e LIBERATO. <https://www.nss-sports.com/en/lifestyle/18636/font-ultras>
- Officinastadio. (2024, 2 dicembre). 3 font usati dai gruppi ultras (pt. 1). <https://www.instagram.com/p/DDE0IO8t8Jf/>
- Officinastadio, & Ultrasreport. (2025, 22 maggio). 3 font usati dai gruppi ultras (pt. 2). <https://www.instagram.com/p/DJ9C0TVitje/>
- Pardino. (2023, 6 settembre). Qual è il carattere degli striscioni da stadio? La storia di Ultras Liberi. Happy Channel. <https://happychannel.it/2023/09/06/qual-e-il-carattere-degli-striscioni-allo-stadio-la-storia-di-ultras-liberi/>
- Parisi, V. (2020, 15 ottobre). From non-places to festivals: Street art in Italy. Switch On Paper. <https://www.switchonpaper.com/en/society/pop-culture-en/from-non-places-to-festivals-street-art-in-italy/>
- People's Graphic Design Archive. (s.d.). Sticker ultras [Archivio digitale]. <https://peoplesgdarchive.org/search?q=sticker%20ultras&page=1>
- Tifo: un carattere tipografico ispirato al lettering degli striscioni degli ultras italiani degli anni '70 e '80. (2022, 8 giugno). Frizzi-Frizzi. <https://www.frizzifrizzi.it/2022/06/08/tifo/>
- Tronchin, R. (2021). Supertifo [Type design diploma project, ÉCAL – University of Art and Design Lausanne]. <https://ecal.ch/en/feed/projects/4875/supertifo/>

BIBLIOGRAFIA

- Bromberger, C. (1995). Le match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin. Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Bugialli, P. (1971). Tempi duri per i capelloni (Articolo pubblicato nel 1966 sul Corriere della Sera). In *Ma l'amor mio non muore. Origini, documenti, strategie della cultura alternativa e dell'underground in Italia* (pp. 172–173). Arcana.
- Dal Lago, A. (1990). Descrizione di una battaglia. I rituali del calcio. Il Mulino.
- Marchi, V. (2015). *Ultras. Le sottoculture giovanili negli stadi d'Europa*. Hellnation Libri.
- Monicelli, M. (1978). L'ultrasinistra in Italia 1968–1978 (p. 4). Laterza.
- Nuttall, J. (1968). *Bomb culture. Underpress*.
- Roversi, A. (1992). Calcio, tifo e violenza: il teppismo calcistico in Italia. Il Mulino.
- Veca, S. (1988, 24 gennaio). È successo un '68. In *Storia dei giovani prima, durante e dopo il '68* (pp. 7–8). Panorama.
- Velikonja, M. (2016). *The chosen few: Aesthetics and ideology in football-fan graffiti and street art*. Peter Lang.

Fonti iconografiche

Fig. 1 - Ultras con fumogeno, <https://it.pinterest.com/pin/963066701581233270/>

Fig. 2 - Ultras Roma in Fiorentina - Roma, stagione 1983/84, Pinterest.com

Fig. 3 - Proteste studentesche a Parigi, 6 Maggio 1968, https://www.buzzfeed.com/gabrielsanchez/the-most-powerful-photos-of-july-1968?utm_source=dynamic&utm_campaign=bfssharepinterest&sub=0_8599614&epik=-dj0yJnU9UEdmUXpPTzZpNjVvU2JaeEpxOGtqZ28lRGpUR0xlZlcmCD0wJm49MI9RR01aZnpzM0huYU9GakVDeU5UUSZ0PUFB-QUFBR2xoRFlw#8599614

Fig. 4 - Fedayn Roma, 1972, <https://it.pinterest.com/pin/963066701580238204/>

Fig. 5 - Ultras, <https://it.pinterest.com/pin/963066701580286737/>

Fig. 6 - Invasione tifosi, Inghilterra, <https://www.dinamopress.it/news/football-hooliganism-calcio-violenza-operaia/>

Fig. 7 - Tifoso, <https://it.pinterest.com/pin/963066701580037411/>

Fig. 8 - Giornale "L'espresso", 1967, <https://storiaefuturo.eu/capelloni-moda-inghilterra-beatles-i-simboli-contestazione-giovani-le-nellitalia-degli-anni-sessanta/>

Fig. 9 - Teddy Boys, <https://bollateoggi.it/eravamo-i-teppa-teddy-boys/>

Fig. 10 - Muretto, Pinterest.com

Fig. 11 - Proteste, <https://it.pinterest.com/pin/963066701580577121/>

Fig. 12 - Fedayn Roma, <https://it.pinterest.com/pin/963066701580327782/>

Fig. 13 - Scontri sugli spalti, Napoli - Roma 1972/73, <http://storieinmovimento.org/2019/05/23/ultras-balestrini-zero-pregi/>

Fig. 14 - Striscione Mastiffs, <https://napolitan.it/2015/09/07/29383/scontri-curva-a/>

Fig. 15 - Striscione Curva A, Pinterest.com

Fig. 16 - Striscione Curva B, Pinterest.com

Fig. 17 - Roma - Verona, Stagione 1984/85 <https://it.pinterest.com/pin/963066701580284413/>

Fig. 18 - Ultras "Fighters" Juventus, <https://it.pinterest.com/pin/963066701580037414/>

Fig. 19 -

Fig. 20 -

Fig. 21 - Glifi "Ultras Liberi", <https://www.nss-sports.com/en/lifestyle/18636/font-ultras#article-18636-14>

Fig. 22 - Carattere "Etna", Xilografia Meneghello & Belluzzo, <https://www.tipoteca.it/portfolio/etna/>
https://www.instagram.com/p/CmHnFPjLR1g/?hl=en&img_index=3

Fig. 23 - Caratteri in legno "Etna", Xilografia Meneghello & Belluzzo, <https://www.tipoteca.it/portfolio/etna/>
https://www.instagram.com/p/CmHnFPjLR1g/?hl=en&img_index=3

Fig. 24 - Flyer "Ordre Nouveau", 1970 <https://ordrenouveau.over-blog.com/2019/08/quelques-affiches-d-ordre-nouveau.html>

Fig. 25 - Flyer 25esimo anniversario GUD, 1993 <https://tempspresents.com/2010/02/06/nicolas-lebourg-odysee-des-rats-noirs-voyage-au-coeur-du-g-u-d/>

Fig. 26 - Logo GUD, [cambiare intestazione su INDD], <https://www.vice.com/it/article/storia-font-ultras-liberi-593/>

Fig. 27 - Manifesto GUD, <https://tempspresents.com/2010/02/06/nicolas-lebourg-odysee-des-rats-noirs-voyage-au-coeur-du-g-u-d/>

Fig. 28 - Logo Campo Hobbit, <https://www.vice.com/it/article/storia-font-ultras-liberi-593/>

Fig. 29 - Striscione atelier populaire, 1968 <https://www.vice.com/it/article/storia-font-ultras-liberi-593/>

Fig. 30 - Copertina libro "Ordre Nouveau 1969-1973" <https://www.barbadillo.it/86238-libri-arriva-ordre-nouveau-1969-1973-loriginale-esperimento-francese-di-destra-radical/>

Fig. 31 - Convegno Ordre Nouveau, 1970 <https://data2.nssmag.com/images/galleries/20107/on.jpg>

Fig. 32 - G. Alemanno, <https://www.vice.com/it/article/storia-font-ultras-liberi-593/>

Fig. 33 - Manifesto Occident, <https://www.ereticamente.net/wp-content/uploads/2012/10/1.jpg>

Fig. 34 - Foglio satirico, "Voce della fogna", n°5, 1975 https://web.archive.org/web/20040505080022/http://w3.uniroma1.it/dsmc/ricerca/Allegati/la_voce.pdf

Fig. 35 - Foglio satirico, "Voce della fogna", n°10, 1975 https://web.archive.org/web/20040505080022/http://w3.uniroma1.it/dsmc/ricerca/Allegati/la_voce.pdf

Fig. 36 - Striscione "Teddy Boys" Udine, <https://www.magicfans.it/italia/storia-dei-supporters-udinese/>

Fig. 37 - Striscione FAI, <https://data2.nssmag.com/images/galleries/20107/cerrito02.jpg>

Fig. 38 - Giornale "Il ribelle", n°1, 1914 <https://www.internetculturale.it/getImage.php?id=46580&w=&h=&c=0&co=1&f=0&t=0&>

Fig. 39 - Quotidiano "Umanità Nova", n°1, 1920 <https://www.anarcopedia.org/index.php/File:UN2.jpg>

Fig. 40 - Giornale "Gli scamicciati", 1946 <https://www.bfscollezionidigitali.org/oggetti/19626-gli-scamicciati-giornale-anarchico>

Fig. 41 - Quotidiano "Umanità Nova", n°39, 1954 <https://www.internetculturale.it/getImage.php?id=46581&w=&h=&c=0&co=1&f=0&t=0&>

Fig. 42 - Poster "Moment with genius", 1936 <https://mdl.artvee.com/sftb/10797po.jpg>

Fig. 43 - Font "Reynold" <https://data2.nssmag.com/images/galleries/20107/Reynold-Art-DecoA.png>

Fig. 44 - Poster "Exhibition oil paintings" (1936-1941) <https://mdl.artvee.com/sftb/10738po.jpg>

Fig. 45 - Flyer "Flying Burrito Brothers", 1970 <https://it.pinterest.com/pin/963066701580415042/>

Fig. 46 - Poster "Clean-In: spring mobilization, Haight-Ashbury neighborhood", Victor Moscoso, 1967 <https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=%E2%80%99Clean-In%3A+spring+mobilization%2C+Haight-Ashbury+neighborhood%E2%80%99Victor+Moscoso%2C+1967&ie=UTF-8&oe=UTF-8>

Fig. 47 - Striscione "Curva Sud Milano" Milan, <https://it.pinterest.com/pin/18999629674550174/>

Fig. 48 - Striscione "Fedayn" Roma, <https://it.pinterest.com/pin/963066701580232865/>

Fig. 49 - Striscione "Brigate NeroAzzurre", Atalanta, <https://www.ultrasinside.it/prodotti/atalanta---gruppo-ultras-brigate-nero-azzurre---bna-142973.aspx>

Fig. 50 - Striscione "Ultras Tito", Sampdoria, <https://ultrastito.com/sampdoria-sampdoria-primavera-3-agosto-2016-amichevole-ad-acqui-terme/sasaprim03082016amich/>

Fig. 51 - Manifestazione podistica "Grottaferrata corre", 2012 <http://www.ilmamilio.it/m/images/Grottaferrata/corre.png>

Fig. 52 - "Tifo", Romain Tronchin, Font family, 205TF-Tifo.pdf

Fig. 53 - "Tifo - Venezia" Romain Tronchin, 205TF-Tifo.pdf

Fig. 54 - "Tifo - Venezia" Romain Tronchin, 205TF-Tifo.pdf

Fig. 55 - "Tifo - Roma" Romain Tronchin, 205TF-Tifo.pdf

Fig. 56 - "Tifo - Roma" Romain Tronchin, 205TF-Tifo.pdf

Fig. 57 - "Tifo - Palermo" Romain Tronchin, 205TF-Tifo.pdf

Fig. 58 - "Tifo - Palermo" Romain Tronchin, 205TF-Tifo.pdf

Fig. 59 - "Tifo - Bologna" Romain Tronchin, 205TF-Tifo.pdf

Fig. 60 - "Tifo - Bologna" Romain Tronchin, 205TF-Tifo.pdf

Fig. 61 - "Tifo - Milano" Romain Tronchin, 205TF-Tifo.pdf

Fig. 62 - "Tifo - Milano" Romain Tronchin, 205TF-Tifo.pdf

Fig. 63 - Theatre en Mai, 2024 <https://original.fontsinuse.com/fontsinuse.com/use-images/N233/233031/233031.jpeg>

Fig. 64 - Brochure Oregon University MFA Terminal Projects Exhibiton <https://original.fontsinuse.com/fontsinuse.com/use-images/N206/206527/206527.png>

Fig. 65 - Theatre en Mai, 2024 <https://original.fontsinuse.com/fontsinuse.com/use-images/N233/233031/233031.jpeg>

Fig. 66 - Post instagram @liberato1926 <https://www.instagram.com/p/B98q2BAKGdW/>

Fig. 67 - Sticker Liberato "Me staje appennenn' amò", instagram @liberato1926 <https://www.instagram.com/p/BeLyyaoFtQ9/>

Fig. 68 - Videoclip "LIBERATO - TU T'E SCURDAT 'E ME" https://www.youtube.com/watch?v=AWQcDIHoE4o&list=RDAWQcDIHoE4o&start_radio=1&pp=ygUcbGliZXJhdG8gdHUgdCdlIHNdXJkYXQgZSBtZaAHAQ%3D%3D

Fig. 69 - Striscione "CUCS", Roma, stagione 1976/77 <https://www.asromaultras.org/9gennaio77.jpg>

Fig. 70 - Striscione "Skins", Inter, stagione 1987/88 <https://it.pinterest.com/pin/963066701580286882/>

Fig. 71 - Striscione "Eagles", Lazio, stagione 1982/83 https://www.ultraslazio.it/public/wp-content/uploads/photo-gallery/1982-83/sanbenedetto_82.jpg

Fig. 72 - Striscione "Brigate GialloBlù", Verona, stagione 1982/83 https://www.hellastory.net/images/bg_8283.jpg

Fig. 73 - Striscione "Irriducibili", Lazio, stagione 1987/88 <https://www.ultraslazio.it/public/wp-content/uploads/photo-gallery/1987-88/irriducibili.jpg>

Fig. 74 - Striscione "Fossa dei leoni", Milan, stagione 1972/73 https://www.magliarossonea.it/img_ultras/fdl/piazzaoberdan3.jpg

Fig. 75 - Striscione ultras Napoli "Odio e rancore per Lega e Federazione", Instagram @_ultraspirit

Fig. 76 - Striscione ultras Lecce, Instagram @ultras_e.gradinate <https://www.instagram.com/p/DSN-5DMArt0/>

Fig. 77 - Striscione ultras Genoa, stagione 2025/26, https://www.instagram.com/p/DPUBWLajHgi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFiZA==

Fig. 78 - Striscione ultras Napoli "Solo gli ultras vincono sempre", stagione 2024, Instagram @tifosinapoletani_official <https://www.instagram.com/p/C7FZnprlq77/>

Fig. 79 - Striscione ultras Lazio "Digos fotografa sto cazzo", Instagram @acab.italia <https://www.instagram.com/p/DTYWqOEjfeG/>

- Fig. 80 - Striscione "No alla tessera del tifoso", Roma, 2009 https://www.sportpeople.net/wp-content/uploads/2020/11/Screenshot_15.jpg
- Fig. 81 - Striscione "Tessera complotto di un calcio corrotto", Roma, 2009 https://www.sportpeople.net/wp-content/uploads/2020/11/Screenshot_15.jpg
- Fig. 82 - Striscione ultras Avellino, stagione 2025/26, Instagram @romanticismo.ultras <https://www.instagram.com/p/DTVrczBD6s7/>
- Fig. 83 - Striscione "Trasferte libere" ultras Reggio Calabria, <https://www.ultras-tifo.net/images/stories/news/2012-2013/trasferte-libere/24.jpg>
- Fig. 84 - Striscione "Trasferte libere" ultras Pagani, <https://www.ultras-tifo.net/images/stories/news/2012-2013/trasferte-libere/21.jpg>
- Fig. 85 - Striscione "Trasferte libere" ultras Lanciano, <https://www.ultras-tifo.net/images/stories/news/2012-2013/trasferte-libere/16.jpg>
- Fig. 86 - Striscione "Trasferte libere" ultras Roma, <https://www.ultras-tifo.net/images/stories/news/2012-2013/trasferte-libere/26.jpg>
- Fig. 87 - Striscione "Trasferte libere" ultras Bari, Instagram @romanticismo.ultras <https://www.instagram.com/p/DTpd8LnjeGO/>
- Fig. 88 - Striscione "Trasferte libere" ultras Avellino, <https://www.ultras-tifo.net/images/stories/news/2012-2013/trasferte-libere/5.jpg>
- Fig. 89 - Striscione "Trasferte libere" ultras Cesena, <https://www.ilrestodelcarlino.it/image-service/view/acePublic/alias/contentid/YzA3YzEzY2MtZDA2YS00/0/protesta-silenziosa-poi-spettacolo.webp?f=16%3A9&q=0.75&w=580>
- Fig. 90 - Stadio Toumba, Salonico, Grecia <https://i.pinimg.com/1200x/25/3f/13/253f133be4b777f1c1b4bfc8f8c23ebb.jpg>
- Fig. 91 - Sticker ultras "CUCS", Roma https://www.asromaultras.org/adesivi_UltraRoma14.jpg
- Fig. 92 - CUCS, Roma, Anni '70, <https://www.asromaultras.org/curvaanni70.jpg>
- Fig. 93 - Coreografia "Ti Amo", Roma, 23 Ottobre 1983 https://media.asroma.com/prod/images/landscape_medium_fill/e29eeb7b-38da-q6dlaseoexyocyd7m8x.jpg
- Fig. 94 - Coreografia Legia Varsavia, 9 Agosto 2017 https://www.reddit.com/r/poland/comments/ovvm9s/once_upon_in_legia_warszawa_stadium/
- Fig. 95 - Coreografia "Get up, stand up", Marsiglia <https://pictures.tribuna.com/image/e97877d8-9102-47ae-8220-3868ca643762?width=1920&quality=70>
- Fig. 96 - Coreografia "Stand up for your rights", Marsiglia <https://pictures.tribuna.com/image/e97877d8-9102-47ae-8220-3868ca643762?width=1920&quality=70>
- Fig. 97 - Coreografia "Don't give up the fight", Marsiglia <https://pictures.tribuna.com/image/142c0577-fcbb-4ee6-a5db-b2c259969957?width=1920&quality=70>
- Fig. 98 - Coreografia tribuna laterale Milan - Inter, 10 Maggio 2023, San Siro https://static.sky.it/editorialimages/a4f6ed731edaf1fc2ede7ac5c6e64076ec1deae/skysport/it/calcio/champions-league/milan-inter-derby-champions-coreografie-tifosi-san-siro/coreografia_milan_derby_4.jpg?im=Resize,width=800
- Fig. 99 - Coreografia Curva Nord Inter, Milan - Inter, 10 Maggio 2023, San Siro https://static.sky.it/editorialimages/7c5e72bddf65b49275791ffdef07c48ed3c75cb6/skysport/it/calcio/champions-league/milan-inter-derby-champions-coreografie-tifosi-san-siro/coreografia_inter_derby_2.jpg?im=Resize,width=800
- Fig. 100 - Coreografia Curva Sud Milan, Milan - Inter, 10 Maggio 2023, San Siro https://static.sky.it/editorialimages/5c92960940a89b20f6d6918aac081513c4c65214/skysport/it/calcio/champions-league/milan-inter-derby-champions-coreografie-tifosi-san-siro/coreografia_milan_diavolo_derby.jpg?im=Resize,width=800
- Fig. 101 - Coreografia Inter - Milan, 16 Maggio 2023, San Siro https://static.sky.it/editorialimages/34c50cee64b63dfaf30453b2803cccd3496ac0de/skysport/it/calcio/champions-league/milan-inter-derby-champions-coreografie-tifosi-san-siro/coreografia_derby_1.jpg?im=Resize,width=800
- Fig. 102 - Coreografia Curva Nord Inter, Inter - Milan, 16 Maggio 2023, San Siro https://static.sky.it/editorialimages/31cdf1307e5ccb9cb6e54ca20b99e06368ab1192/skysport/it/calcio/champions-league/milan-inter-derby-champions-coreografie-tifosi-san-siro/inter_milan_prepartita_07_getty.jpg?im=Resize,width=800
- Fig. 103 - Coreografia Curva Sud Milan, Inter - Milan, 16 Maggio 2023, San Siro https://static.sky.it/editorialimages/8f9fd450604b32c9a1f8f4be3e9c1341f38c8234/skysport/it/calcio/champions-league/milan-inter-derby-champions-coreografie-tifosi-san-siro/inter_milan_prepartita_coreografia_08_lapresse.jpg?im=Resize,width=800
- Fig. 104 - Agostino di Bartolomei, Roma, <https://www.sportpeople.net/wp-content/uploads/2014/05/agostino-di-bartolomei.jpg>
- Fig. 105 - Achille Ferraris IV, Roma, <https://www.asromaultras.org/ferrarisIV30b.JPG>
- Fig. 106 - Giovanni Degni, <https://www.storiadellaroma.it/wp-content/uploads/2020/09/DEGNI-Giovanni-grande.jpg>
- Fig. 107 - Giorgio Carpi, https://it.wikipedia.org/wiki/File:Giorgio_Carpi.jpg
- Fig. 108 - "Tre squadre, un'anima" https://www.asromaultras.org/TreSquadreUnAnimalMG_1220.jpg
- Fig. 109 - Coreografia "Una città una maglia", Curva Sud Roma, 13 Aprile 2025, <https://citynews-romatoday.stgy.ovh/~media/54267630561265/curva-sud-13-aprile.jpg>
- Fig. 110 - Coreografia "Una città una maglia", Curva Sud Roma, 13 Aprile 2025, <https://citynews-romatoday.stgy.ovh/~media/16963047121420/curva-sud-derby-5.jpeg>
- Fig. 111 - Murales "Green Angels", Saint-Étienne <https://metropolitiques.eu/IMG/jpg/illu-ginhoux-04-2.jpg>
- Fig. 112 - Murales "Green Angels", Saint-Étienne <https://metropolitiques.eu/IMG/jpg/illu-ginhoux-02-2.jpg>

Fig. 113 - Murales "Magic Fans", Saint-Étienne <https://metropolitiques.eu/IMG/jpg/illu-ginhoux-03-2.jpg> Fig. 114 - Tag "Magic Fans", Saint-Étienne <https://metropolitiques.eu/IMG/jpg/illu-ginhoux-07-2.jpg>

Fig. 114 - Tag "Magic Fans", Saint-Étienne <https://metropolitiques.eu/IMG/jpg/illu-ginhoux-07-2.jpg>

Fig. 115 - Murales OM, Marsiglia https://a2-streetart.com/wp-content/uploads/2022/05/img_9302-1.jpg?w=1536

Fig. 116 - Murales "Torcida Marseille", Marsiglia

Fig. 117 - Coreografia ultras Marsiglia, "una città, un club, una storia", 26 Febbraio 2023 <https://www.repstatic.it/content/nazionale/img/2023/02/26/231058751-0c2f0a43-50c8-464c-9144-cee9e2ec7059.jpg?webp>

Fig. 118 - Coreografia ultras Marsiglia, <https://it.pinterest.com/pin/963066701581057866/>

Fig. 119 - Murales "Ultras Napoli" <https://it.pinterest.com/pin/963066701581223611/>

Fig. 120 - Murales D. A. Maradona, Quartieri Spagnoli, Napoli https://www.napolidavivere.it/wp-content/uploads/bfi_thumb/murale-di-Maradona-quartieri-spagnoli-6xqyox6z7v9sk2lf7fpaq9pgmwm42z6f8kc9nwzd0ac.jpg

Fig. 121 - Murales Pallonetto di S. Lucia, Napoli <https://i0.wp.com/www.cronachedellacampania.it/wp-content/uploads/2023/03/murale-pallonetto-santa-lucia.jpg?fit=1200%2C763&ssl=1>

Fig. 122 - Murales "Per la maglia, per la città", Porto di Mergellina, Napoli. Foto: Roberto Dell'Olivo

Fig. 123 - Murales ultras "Mastiffs", Centro storico, Napoli <https://www.facebook.com/826714954052903/photos/a.857869944270737/2539141302810251/?type=3>

Fig. 124 - Murales "Essere non apparire", Napoli <https://it.pinterest.com/pin/963066701581060575/>

Fig. 125 - Murales D. A. Maradona "hasta la victoria siempre", Napoli, <https://minimeexplorer.ch/wp-content/uploads/2023/04/napoli-13-scaled-e1682070214124-700x425.jpg>

Fig. 126 - Murales per il Grande Torino, ex stadio Filadelfia, Torino, Facebook @romanzo calcistico <https://www.facebook.com/romanzocalcistico/posts/se-la-sorte-ti-ha-dato-in-dote-di-essere-innamorato-di-una-squadra-come-il-torino/1764184227245248/>

Fig. 127 - Murales "Ultras Granata", S. Rita, Torino, Facebook @area ultras <https://www.facebook.com/areaultras1312/posts/torino/1117134530459710/>

Fig. 128 - Ultras con fumogeno, <https://it.pinterest.com/pin/963066701581233270/>

