

FELICE GIMONDI. L'EROE DELL'ESCAPISMO DEL MIRACOLO ITALIANO

EUGENIO BAGNINI
(Università degli Studi di Bologna)

ENRICO UBIALI
(Università degli Studi di Bergamo)

Abstract

This paper investigates the popular imaginary of the world cycling champion Felice Gimondi (1942-2019), focusing on media narrative and relationship with his fandom. The analysis considered archival and journalistic documentary contents; furthermore, it continued in digital talkative arenas with qualitative quantitative web questionnaire and netnographic analysis of social media contents.

Results highlight that Gimondi's victories created mythical narration in his era and popular symbolic memory nowadays through celebrative and commemorative contents and activities. These point out the profiling of correspondence with yesteryears' fans and the yesterday and today's ideal fans, as well as typical activities on social media of the latter.

Keywords: Gimondi; cycling; sport; sociology; myth.

1. Il ciclismo tra sport ed eroismo

Il ciclismo, per la maggioranza degli appassionati, 'racconta' investimenti di tempo ed emozioni, dinamiche sociali e culturali, contesti storici e territoriali precisi che, nell'immaginario collettivo, uniscono muscoli e ragione, memorie collettive e sentimenti. Per

inquadrare brevemente il fenomeno sociologico del ciclismo sportivo possiamo ricorrere alle interpretazioni di Georg Simmel (1983) e Norbert Elias ed Eric Dunning (1989).

Il contributo di Simmel origina dalle considerazioni su interazioni sociali e forme di 'sociazione' (Simmel, 2018) – l'oggettivizzazione in formazioni sociali stabili delle interazioni sociali – analizzando particolari aspetti sociologici del gioco quali competizione, norme, comportamenti e contesto. Il gioco e lo sport sono forme ludiche e socializzanti in cui gli individui si associano, cooperano e competono nei limiti dell'ordine sociale e all'interno di contesti temporali, sociali e territoriali ben precisi e definiti.

Secondo Elias e Dunning le attività sportive e di loisir rientrano nella più ampia teoria sociale della civilizzazione, le cui dinamiche vengono corroborate dal parallelo processo di sportivizzazione delle attività ricreative. Come aveva intuito Simmel, le attività sportive sono necessariamente regolamentate, definite e contestualizzate al fine di disciplinare sia i praticanti nel passaggio dalla dimensione ludica alla dimensione sportiva, sia appassionati e spettatori nella fruizione controllata di questa. Di particolare interesse è il forte legame che si instaura tra l'atleta, talvolta visto come un valoroso eroe dotato di abilità quasi ultramondane nelle sue gesta e utopiche sfide contra omnes, e i tifosi; il ciclismo sportivo diventa, così, un fenomeno sociale mimetico, in cui la competizione cela antagonismi simulativi tipici dei contesti bellici, cui segue, riprendendo Elias e Dunning, una gestione controllata di emotività ed eccitamento sociale.

In particolare, il ciclismo italiano vanta una lunga tradizione di figure apicali che hanno incarnato il sentimento nazional popolare, quali Bartali e Coppi, Gimondi, Pantani o il contemporaneo Nibali, le dimensioni eroiche dei quali si sono esaltate laddove sono nate contestuali ed epiche rivalità capaci di accentuare il sentimento aggregativo del 'Noi' (Anderson, 1996) e l'investimento emotivo tipici del tifo sportivo. I leggendari interpreti, fortemente investiti di passioni personali e sociali al pari degli eroi della memoria storica collettiva, sono assurti ad una vera e propria epopea condivisa, una narrazione creatrice di immedesimazioni (Marchesini, 2016) ed investimenti emotivi e votivi semi-religiosi. Felice Gimondi (1942-2019), atleta studiato nel presente paper e celebrità (inter)nazionale (Wright Mills, 1966), ha incarnato la leadership del ciclismo italiano negli anni '60 e

'70 dello scorso secolo, delineando una vera e propria era storico-sportiva (Dayan & Katz, 1993) a cavallo del miracolo economico e della successiva austerità.

Come sottolinea Schwartz (2018:31), “mentre la storia si erge ‘al di sopra dei gruppi sociali’, la memoria, individuale e collettiva allo stesso modo, è dipendente da un contesto”; nel caso della ‘carriera gimondiana’, questo contesto ha coinciso con il territorio bergamasco-nazionale prima e, poi, internazionale. L’esordio di Gimondi avvenne nel 1965 (quinto posto al Giro d’Italia e grandiosa vittoria del Tour de France), in un periodo storico contraddistinto da nuove dinamiche sociali, economiche e politiche (Felice, 2015), da forte urbanesimo e ridefinizione di nuove attività lavorative e quotidiane. Urbanizzazione, benessere, mezzi di trasporto e nuove possibilità economiche non allontanarono però la popolazione dalle proprie radici rurali e dall’attaccamento al territorio natio; il ciclismo, professionistico e amatoriale, ha avuto in questo contesto un’importante funzione di collante con il territorio attraverso le lunghe corse tra campagne, montagne e piccoli paesi, riunendo simbolicamente l’appassionato con i territori ora estranei alla nuova quotidianità.

Le gesta perfuse di sacrifici e dedizione, unitamente al coinvolgimento emotivo (Perissinotto, 2012:9), furono gli elementi capaci di costruire attorno all’immagine dell’atleta vittorioso sentimenti di passione e immedesimazione tali da ergerlo ad eroe popolare e da indurre un “escapismo collettivo” intramondano nel suo stesso significato di “evasione dalla realtà”, portando la figura di Gimondi ad essere oggetto di culto (Halbwachs, 1997) e mobilitazione collettiva delle emotività.

Quella di Gimondi è una storia narrativa raccontata da annali, giornali, documenti e parole che spettacolarizzano e trasformano l’evento sportivo in racconti che fuoriescono dalla realtà storico sociale per migrare nelle “credenze non-empiriche” del mito (Perissinotto, 2012:1). La narrazione mitica di Gimondi ha preso quelle caratteristiche descritte da Edgar Morin secondo cui

i nuovi divi sono calamitati sia sull’immaginario che sul reale [...] La stampa di massa, mentre investe i divi di un ruolo mitologico, si cala nella loro vita privata per estrarne la sostanza umana che permette l’identificazione. [...] A

questo titolo, i divi sono i condensatori energetici della cultura di massa. [...] Sono eroi modelli: incarnano i miti di autorealizzazione della vita privata. (2005:146-148)

Se per una società è importante narrare per ricordare e strutturare conoscenze e valori collettivi, è contemporaneamente rilevante che eventi e figure eccezionali vengano trasformati in memoria collettiva

affinché si possa creare quella combinazione di significati e di emozioni che creano interesse in prima istanza, ma che poi sono l'ingrediente fondamentale per individuare una consistenza mitica attorno ad un personaggio dello sport. (Bifulco, 2014:44)

La reiterazione mediatica degli eventi sportivi del ciclismo, sentito nell'immaginario collettivo come uno sport eroico (Marchesini, 2016: 77-80), e le leggendarie sfide tra Gimondi ed Eddy Merckx hanno impresso nella memoria dell'epoca un tratto indelebile di epicità e tragicità unitamente al sentimento organico di partecipazione collettiva ad eventi memorabili ed emozionali; la ripetizione di questi e le vittorie hanno consacrato Gimondi da atleta ad eroe e hanno trasformato la sua storia da sportivo a mito, che invita tutti "i membri della società stessa ad aderirvi" (Perissinotto, 2012:4).

2. Obiettivi e metodi di ricerca

La conoscenza dei fan dell'epoca, la rappresentazione collettiva di Gimondi e l'eventuale delineazione del profilo ideale del fan del presente sono i propositi di indagine del presente contributo¹. Per rispondere ai quesiti sulle attività dei fan dell'epoca e sulla descrizione dell'immagine culturale assunta da Gimondi gli autori hanno adottato un approccio qualitativo ermeneutico,

¹ Mentre il tifoso vive gli eventi sportivi e il legame con sportivo/squadra primariamente attraverso esacerbazioni emotive e comportamentali, attaccamento al gruppo di tifosi e contestualizzazione competitiva degli eventi, il fan adotta una gamma di comportamenti più ampia e può slegarsi dal contesto sportivo, disimpegnandosi dal tifo emotivo e protraendo la passione attraverso ritualità sociali e attività di natura culturale, affettiva ed esperienziale (Hills, 2002).

svolgendo un'analisi dei contenuti documentari (Krippendorff, 2018) pubblici, personali ed epistolari riguardanti l'atleta bergamasco.

Immaginario e memoria collettivi sono prodotti sociali 'emergenti' e si pongono come un 'fatto sociale' (Schwartz, 2018:31), un framework interpretativo per comprendere memorie, documenti e testimonianze. L'analisi testuale degli articoli della stampa dell'epoca ha permesso di "indagare sulla realtà sociale inferendo le caratteristiche di un contesto non manifesto dalle caratteristiche di un testo manifesto" (Merten, 1991:15), di ricavare informazioni storico-sociali e di comprendere le dinamiche culturali (Franzoni, 1987) intorno alla costruzione dell'immagine pubblica di Gimondi. L'intreccio degli eventi sportivi e la diffusione mediatica hanno – quindi – creato una rappresentazione popolare (Affuso, 2010) ed una narrazione mitica (Bifulco, 2014) del ciclista bergamasco.

La successiva analisi testuale della corrispondenza si è svolta nella collezione ufficiale e privata del Cav. Ermenegildo Ubiali a Ponte San Pietro (BG), vicino a Sedrina, paese natale di Gimondi. Le unità comunicative sono costituite da circa 500 lettere e documenti, 100 cartoline e 40 poesie originali dell'epoca e indirizzate a Gimondi. L'analisi è stata il punto di partenza della ricerca empirica per ottenere un insieme "amplissimo di dati in riferimento ai quali poter definire su basi empiriche concrete realtà sociali e culturali altrimenti descritte in chiave impressionistica" (Losito, 2004:7) su Gimondi e i fan a lui contemporanei. Attraverso un'analisi comparativa con griglia interpretativa del contenuto di testi, parole, corrispondenze e contenuti semantici e contestuali, seguendo un approccio esplorativo ed induttivo (Hsieh & Shannon, 2005), è stato possibile identificare i temi emblematici delle conversazioni e descrivere i miti dell'immaginario collettivo.

Le dimensioni dell'eroe sportivo e le attività dei fan di Gimondi permangono anche nella contemporaneità, prevalentemente tra nostalgici e appassionati di ciclismo, che

hanno trovato spazi di dialogo sui social network e nelle rievocazioni ciclistiche. L'analisi si arricchisce dunque di un questionario semi strutturato, somministrato nella seconda metà di dicembre 2022, ad un campione significativo a scelta ragionata (Marradi, 1997) di utenti tramite gruppi online su Facebook (Bagnini & Russo, 2021; Marres, 2017) e il passaparola di due testimoni privilegiati², finalizzato a rappresentare significativamente (Statera, 1982) gli appassionati e ad indagarne le relative molteplici proprietà.

I criteri di elezione dei gruppi erano la significatività del nome (inerenza al ciclismo e presenza della parola 'Gimondi') e il numero dei partecipanti (superiori a mille unità); utilizzando tali criteri, i gruppi selezionati sono stati due: 'Felice Gimondi's Friends', con 5811 utenti, e 'Felice Gimondi – Photos Nostalgie', con 2962 utenti, al 7 dicembre 2022. In questi gruppi il questionario 'Il mito di Felice Gimondi' (consultabile alla pagina <https://forms.gle/Jw6osbv9z6MYWJF1A>) è stato condiviso dal 16 al 23 dicembre 2023, consentendo di raccogliere 829 risposte valide su 831 (2 rispondenti non hanno fornito risposte).

A questa indagine si è aggiunta, in un'ottica quali quantitativa (Creswell & Clark, 2017), un'analisi delle attività del fandom social. Il fandom (fan kingdom) è un gruppo di appassionati connotato da particolari investimenti emotivi, economici e sociali, i quali celebrano le loro attività con maggiore enfasi rispetto alla maggioranza delle persone che nutrono interessi superficiali per lo stesso fenomeno. Come nota Pierre Bourdieu (1979), se alla maggioranza gusti e comportamenti possono sembrare condotti all'eccesso, per i membri questi sono normali e appropriati, rafforzati dalle relazioni sociali e celebrati in riti sociali aventi la portata dell'eccezionalità. L'attenzione alle dinamiche del fandom consente di comprendere atteggiamenti, attività di consumo, celebrazione, relazionalità e ritualità sociali

² Norma Gimondi, figlia di Felice Gimondi, e Aurora Sana, figlia di Tino Sana, del Museo Tino Sana avente sezione su ciclismo e Felice Gimondi.

nei confronti del loro oggetto/soggetto di principale considerazione. A tal fine si è proceduto con una breve analisi netnografica (Kozinets, 2010) dei contenuti e dei post condivisi nei medesimi gruppi Facebook: per 'Felice Gimondi's Friends' la raccolta è stata fatta dal 4 al 7 gennaio 2023 e ha preso in rassegna 89 post, e per 'Felice Gimondi – Photos Nostalgie' la raccolta è avvenuta nel periodo 1° novembre 2022-7 gennaio 2023, che ha consentito di analizzare 60 post.

3. Risultati principali

3.1 L'immagine mitica di Gimondi

Il binomio tra Felice Gimondi e i suoi tifosi affonda le origini nella sua biografia, accompagnata dal risalto mediatico che ne ha dato la stampa di ieri (circa 20.000 articoli di giornale, catalogati nell'Archivio del Cav. Ubiali) e di oggi, anche tramite filmati (archivi Rai o piattaforme online come YouTube). Considerando la prospettiva diacronica della carriera, il ciclista bergamasco si era inserito in un contesto allora dominato da campioni stranieri, riaccendendo la passione negli italiani dopo il grande dualismo tra Coppi e Bartali, attraverso celebri vittorie e il dualismo con Eddy Merckx. La rappresentazione non è stata solamente sportiva ed epica, poiché frequentemente l'attenzione si è posta sulla dimensione personale e valoriale: il processo di mitizzazione ha fatto diventare l'atleta Gimondi anche un simbolo umano che potesse rappresentare valori condivisi (Perissinotto, 2012:7), come anche gratificare ed unire una popolazione attraverso processi di mimesis. Esempi di questi sono stati il riconoscimento dell'importanza delle comuni origini italiane (e bergamasche) e l'esaltazione delle fatiche negli allenamenti e nelle gare, in analogia con le quotidiane attività di lavoro della maggior parte della popolazione.

Partendo dalle origini familiari, si è narrata da subito la dimensione del 'campione popolare' di un piccolo paese della Val Brembana, Sedrina. Le iniziali dinamiche familiari, sportive e di

afferenza al mondo cattolico portano Gimondi ad essere riconosciuto come un infaticabile sportivo connotato da un forte legame col territorio bergamasco³ e da una stoica etica laboriosa. La promettente vittoria, con il conseguente exploit mediatico, del Tour dell'Avvenire del 1964 può essere considerata l'evento che traspose Gimondi dalla dimensione provinciale a quella internazionale: Tuttosport del 21 luglio titola 'Felice Gimondi, nome da ricordare', quasi in un'ottica di talent scouting. Proprio il Tour dell'Avvenire viene considerato prodromico per il Tour de France che, inaspettatamente, il giovane Gimondi vince nel luglio del 1965. Questa vittoria consacra Gimondi nell'Olimpo dei grandi corridori italiani al punto che La Domenica del Corriere del 25 luglio 1965 propone un'epica raffigurazione del compianto Fausto Coppi che passa figurativamente il testimone a Gimondi dicendogli 'Vai! Adesso tocca a te!'. Persino il South China Morning Post del 15 luglio parla esplicitamente di 'Giovane ciclista italiano che fa la storia del Tour'. Già dalla vittoria del 1965 si assiste alla narrazione travalicante la dinamica cronachistica celebrativa per portarsi su un coraggioso parallelismo evocativo di richiamo nostalgico alle grandi figure del passato ciclistico nazionale.

Nel 1966 si assiste ad un'altrettanta epica vittoria, la Parigi-Roubaix: qui i giornali operano in un'ottica di consolidamento del mito. Ad esempio, Stadio del 18 aprile 1966 titola 'Un'impresa da supercampione che non merita accostamenti col passato [...]: ci ha trasformato in paradiso l'inferno del nord'. Nella medesima data, L'Equipe rilancia il parallelismo con il 'Campionissimo' in lingua francese: 'Gimondi comme Coppi'. Seguono sostanzialmente le vittorie delle 'Classiche' e plurimi successi nei Grandi Giri, in particolare quelli del 1967 e 1969, che consolidano il ciclista bergamasco nell'iconografia della Maglia Rosa, per la quale sarebbe arrivata un'inaspettata tripletta anche nella sua

³ Quattro anni senza Felice Gimondi, il campione simbolo della 'bergamaschità' – www.bergamonews.it, 17/08/2023.

maturità agonistica nel 1976. Il Corriere Sportivo, il 13 giugno 1976, riprende l'accostamento col passato affiancandovi altri memorabili sportivi italiani: 'Gimondi, come Coppi, come Bartali, nella leggenda'. Ad alimentare ulteriormente il legame con il territorio orobico, del quale risultò da subito ambasciatore, è stata la vittoria della tappa del Giro d'Italia 1976, accolto all'arrivo nel centro di Bergamo da due ali festanti di pubblico.

L'affetto dei tifosi verso Gimondi non si limitò a manifestazioni entusiastiche di folla ma anche ad un alveo più intimo. Si inquadrano in quest'ottica le missive dei tifosi dell'epoca e un eloquente sondaggio condotto da Stadio il 2 agosto 1971: dopo aver aperto l'indagine tra i lettori italiani del giornale sull'immagine del 'campione ideale, titola: 'Il referendum ha detto Gimondi'. Innanzi a una rosa di sportivi di diverse discipline, la tenacia di Gimondi, in piena rivalità con il 'Cannibale' Eddy Merckx, incarna per umanità e professionalità l'immaginario più empatico.

Data	Testata	Titolo	Descrizione o Sottotitolo	Evento principale
13/7/1965	South China Morning Post	Young Italian rider makes Tour History.	Esordio vittorioso di Gimondi nel professionismo.	Tour de France 1965
25/7/1965	La Domenica del Corriere	Vai adesso tocca a te.	Coppi passa il testimone figurativamente a Gimondi.	Tour de France 1965
18/4/1966	Stadio	Gimondi, è un'impresa da super campione che non merita accostamenti col passato.	Ha trasformato in paradiso l'inferno del nord.	Parigi Roubaix 1966
8/11/1968	Corriere della Sera	Traffico bloccato sull'Aurelia per il matrimonio di Gimondi.	Si è sposato il più popolare ciclista italiano.	Matrimonio con Tiziana Bersano
2/8/1971	Stadio	Il referendum ha detto "Gimondi".	Sondaggio di popolarità sportiva tra i lettori all'interno di una rosa di sportivi.	Sondaggio di popolarità

3/9/1973	Paese Sera	Ha vinto Gimondi! Irresistibile sprint a conclusione di una lunga fuga in compagnia dei più forti rivali.	Sul traguardo indiato di Barcellona l'«eterno secondo» ha battuto in volata il suo grande rivale Merckx, Maertens e Ocana.	Campionato del Mondo 1973
13/6/1976	Corriere Sportivo	Gimondi come Coppi, come Bartali, nella leggenda.	L'antico intramontabile guerrigero corona una favolosa carriera conquistando a 34 anni il suo terzo Giro.	Giro d'Italia 1976
4/10/1978	Stampa Sera	Ciao, Gimondi!	Oggi l'ultima corsa d'un campione che tutti amano.	Giro dell'Emilia 1978

Tabella 1: Cronologia principali titoli giornalistici riportanti l'esaltazione dell'immagine e della carriera di Gimondi

Nel Corriere della Sera dell'8 novembre 1968, possiamo rinvenire una notizia sulla vita personale del campione che ritrova l'affetto del pubblico durante la celebrazione nuziale: ciò va a collocarsi nella natura del mito (Morin, 2005), che vuole che la folla adorante possa trovare legami e similitudini nella commistione tra vita pubblica/sportiva e privata dell'idolo (Bifulco, 2015). Analoghi articoli, più indirizzati alla 'persona Gimondi', si concentrano nel biennio 1978/1979 per il congedo di fine carriera e nel 2019, data del suo decesso. Anche in questi casi titoli e articoli travalicano la mera notizia per azzardare paragoni ai giganti del ciclismo, quasi a legittimare la costruzione, ancora in corso, del mito.

Tornando all'archivio del Cav. Ubiali emergono ulteriori riscontri tramite la corrispondenza ricevuta dai fan. Come esplicitato nell'apposita sezione, gli scriventi dell'epoca incarnano il prototipo ideale di un fan celebrativo ed entusiastico. Inoltre, dal libro *Felice Gimondi. La mia vita, la carriera* (Serantoni, 2005) emergono ulteriori elementi che caratterizzano l'entusiasmo popolare. Si menziona a tal proposito l'allora seminarista Don Mansueto Callioni, che dichiara allontanamenti furtivi dal seminario per recarsi ad assistere le gare di Gimondi:

Scappavo dal Seminario per andare a vedere Gimondi.
(Serantoni, 2005:221)

È in tale prospettiva che riaffiorano altre forme esaltanti di interiorizzazione al punto da dedicare poesie ed illustrazioni: nell'archivio Ubiali sono presenti decine di poesie, generalmente ad accompagnamento delle missive; sempre nel libro di Serantoni (2005) possiamo trovare una canzoncina musicata testualmente per 'fisa, mandolino e chitarra' da un tifoso di Villafranca di Verona nel 1974:

E Gimondi batte tutti in volata dell'onor.
Campion del Mondo, tutto d'or
e per la Bianchi un tesor. (Serantoni, 2005:174)

Ancora, nel medesimo testo viene dato spazio alla trascrizione di temi di scuola, assegnati dai maestri di allora ai propri alunni in una prospettiva di ipotetico dialogo con il Campione.

3.2 *L'immagine di Gimondi oggi*

L'immagine mediatica di Gimondi ha superato l'oblio del post-carriera, consolidandosi in una prospettiva multidimensionale con una notevole varietà di elementi evocativi. Ciò è ravvisabile in espressioni artistiche, memorial e in contemporanei riscontri giornalistici, poiché l'aspetto artistico, fotografico e musicale contribuisce alla cristallizzazione del mito. Si tratta di manifestazioni primariamente legate agli anni 2000; tra esse notiamo la serie di bassorilievi bronzei conati dallo scultore Antonino Rando, una mostra fotografica organizzata da Ermenegildo Ubiali nel 2010 e una mostra pittorica raffigurante Gimondi presso la sede del Museo Tino Sana (Almenno San Bartolomeo, BG) nel 2022. A livello musicale, Enrico Ruggeri ha composto la celebre canzone 'Gimondi e il Cannibale'⁴: a riprova di quanto questo brano avesse colto lo spirito eroico del campione bergamasco, esso venne scelto come sigla ufficiale dell'83° Giro d'Italia (2000). Relativamente alle rievocazioni si devono

⁴ Visibile al link <https://youtu.be/bTTwYqjxjF0>, 17/08/2023.

annoverare la dedica a suo nome di una Gran Fondo Internazionale (fino al 2022), di una gara di Mountain Bike e di un Camp di avviamento al ciclismo per giovani, oltre all'inaugurazione di un monumento nel centro di Bergamo in occasione del 50° anniversario della vittoria del mondiale 1973⁵. Il tutto si colloca nelle attività che curano la memoria di Gimondi, abilmente gestite dalla figlia Norma e dalle realtà sportive circostanti.

Con riferimento ai riscontri giornalistici contemporanei, si nota la coesistenza delle forme cartacea e online che continuano a porre riferimenti al mito gimondiano. Nello specifico, questa analisi ha preso in considerazione un intero anno di osservazione (2022) sul web di articoli, i cui titoli o contenuti contenessero espressamente il nome di Gimondi. Tale scelta risiede nella migliore tracciabilità dell'archivio dematerializzato e nella volontà di arricchire lo studio nel giornalismo odierno, soprattutto tematico, escludendo i giornali web meramente organizzativi delle rassegne a suo nome. Oltre 70 titoli giornalistici online racchiudono espliciti riferimenti a Gimondi, in cui si ritrova maggiormente la vena nostalgico evocativa, primariamente incentrata su anniversari, attività memoriali, amarcord con i compagni dell'epoca e lutti interni alla sua generazione sportiva. Non è un caso osservare anche la tipologia delle testate giornalistiche coinvolte, in cui si notano afferenze multi-tematiche con maggioranza di quelle squisitamente dedicate al ciclismo: ciò dimostra l'attualità del mito, in cui l'aspetto commemorativo assume la preponderanza negli articoli maggiormente dedicati ad aneddotica, intitolazioni o manifestazioni evocative.

⁵ Barcellona, Mondiale '73: Bergamo ricorda il trionfo di Felice Gimondi – www.ecodibergamo.it, 02/09/2023.

Argomenti tematici – web e media contemporanei	Numero di apparizioni nel 2022
Storia del ciclismo e di Gimondi	32
Intitolazioni	12
Manifestazioni sportive evocative	23
“Gimondi Camp” - progetto ludico-ricreativo	3
Parallelismi tra Gimondi e il ciclismo moderno	3
Totale:	73

Tipologia di testata	Numero di testate
Cronaca Locale e Nazionale	25
Testata specialistica di Ciclismo	31
Testata di Sport generici	6
Altro	11
Totale:	73

Tabella 2: Computazione articoli tematici su Gimondi apparsi nel web nel 2022 e computazione tipologia delle testate analizzate

3.3 *Il fan del passato*

Da una prima ricognizione su una selezione dell'archivio Ubiali circa la corrispondenza di Felice Gimondi con i suoi fan, emergono sostanzialmente differenti tipi di missive; nello specifico, il totale è di 248 contenuti (87% da parte di italiani, 13% di stranieri) e in questi si può denotare una categorizzazione argomentativa così suddivisa:

Categorie	n
Celebrazione del mito	83
di cui con presentazione dello scrivente	10
di cui con presentazione di un fan club	12
di cui con invio di poesie	40
Richiesta di autografi	68
di cui con richiesta di foto e cimeli	32
Cartoline di saluto e complimento	30
Invio di sfoghi e commenti sportivi	26
Lettere di congedo per il finale di carriera	17
Richiesta di consigli sportivi	16
Invio al Campione di piccoli gadget	8

Tabella 3: Categorizzazione e computazione della corrispondenza cartacea tra Felice Gimondi e i fan tra il 1969 e il 1979.

La consultazione si limita all'ultimo decennio della carriera agonistica tra il 1969 e il 1979 (anno successivo all'ultima corsa, 'Il Giro dell'Emilia 1978'), la cui scelta si propone di rintracciare

il consolidamento del mito sportivo. Si evince una consistente quantità di missive caratterizzata da congratulazioni a ridosso del 1973, anno della Maglia Iridata conquistata durante il Campionato del mondo di Barcellona; analogamente, nel 1978 sono state archiviate numerose lettere di appassionati dispiaciuti per la conclusione della carriera del Campione.

È stata quindi svolta un'analisi dei contenuti testuali che ha identificato i temi principali e le parole chiave della corrispondenza per mezzo di una analisi semantica e statistica (Rositi, 1988), adiuvata da uso di software dedicati (Spad e NVivo) e lessicometria (Bailey, 2006). Il risultato ha consentito di stabilire inferenze significative dei testi (Amaturo & Punziano, 2013), la cui interpretazione ha evidenziato la ricorrenza di alcuni temi caratteristici tale da costituire una suddivisione euristica in:

- missive celebrative;
- missive commemorative;
- missive personali;
- missive residuali.

Le missive celebrative esprimono una celebrazione generalmente funzionale all'autocompiacimento dell'autore che si rivolge al campione. Sono le lettere più facili, numerose e superficiali, che rappresentano però l'attrazione esercitata da Gimondi nell'arco di tutta la sua carriera. In questo gruppo inseriamo cartoline o richieste di autografo o cimeli; tali lettere hanno un incremento numerico a ridosso delle vittorie e durante Giri o Campionati.

Caro Gimondi, ti scrivo questa lettera per dirti che ti
ammiro molto per le tue prestigiose vittorie. [...]
Ti saluta e ti augura nuove vittorie il tuo tifoso n.n.
(Serantoni, 2005:184)

Le missive commemorative sono animate da una colorata vena celebrativa, corroborata da un senso di appartenenza al contesto territoriale o al mondo del ciclismo, in cui si manifesta una

prospettiva olistica di ideologizzazione del mito sportivo; in questo gruppo i fan aggiungono elementi di confidenza, ricordi, valori e sentimenti verso l'eroe. Dalla prospettiva del ricevente, troviamo in alcuni casi una sorta di 'devozionismo popolare' (N.d.A.) con le lettere più appassionate e dense di significato, culminanti con vere espressioni poetiche.

Nella mia aula, la mia maestra [...] ritaglia dal giornale le tue vittorie e le affigge sulle pareti per far vedere che sei un vero Campione e per far ammirare la tua bravura, che ti ha reso un grande Campione pieno di volontà e coraggio.
(Serantoni, 2005:184)

Le missive personali includono contenuti sportivi uniti ad auto presentazioni o connotazioni personali. Si denotano tematiche quali il tifoso italiano che scrive dall'estero, il ciclista amatoriale, il genitore interessato a instradare il figlio al ciclismo, il tifoso che parlano della regione di provenienza.

Le missive residuali, estranee al mondo del ciclismo, costituiscono un modesto gruppo in cui gli autori esprimono analogie con il mito sportivo, condividendo esperienze e/o condizioni tipiche di persone già affermate. Qui osserviamo componimenti più lunghi, con una ricca dotazione di contenuti apparentemente eterogenei seppur indirizzati al Campione, e con scambi culturali o di materiale. Rientrano in questa categoria le lettere scritte da politici, giornalisti e operatori dei media.

3.4 Il fan del presente – l'analisi del questionario

L'età media dei rispondenti è 58 anni, di cui il 13% è costituito da donne (età media: 52 anni) e dall'86% di uomini (età media: 59); l'1% non si identifica. Riguardo alla disposizione territoriale, il 96% è composto da italiani, di cui il 56% diffuso sul territorio nazionale e il 40% residente in Lombardia. Di questi, la metà (169 persone, 20,4% del totale) è residente nella provincia di Bergamo (24% donne, 76% uomini, età media 54 anni): ciò è da riscontrarsi

nella registrazione autonoma delle persone nei gruppi intitolati a Felice Gimondi, originario di Sedrino (BG).

Relativamente all'attività sportiva il 5% (età media: 62 anni) non pratica (o non ha praticato) attività (2 persone non rispondono). Del 95% restante, il 20,4% ha una età media di 55 anni ed è (o è stato) sportivo non ciclista, mentre il 74,4% ha una età media di 58 anni ed è (o è stato) sportivo e ciclista. Di questi ultimi 617 sportivi e ciclisti, il 96% segue le principali gare di ciclismo nazionale e internazionale.

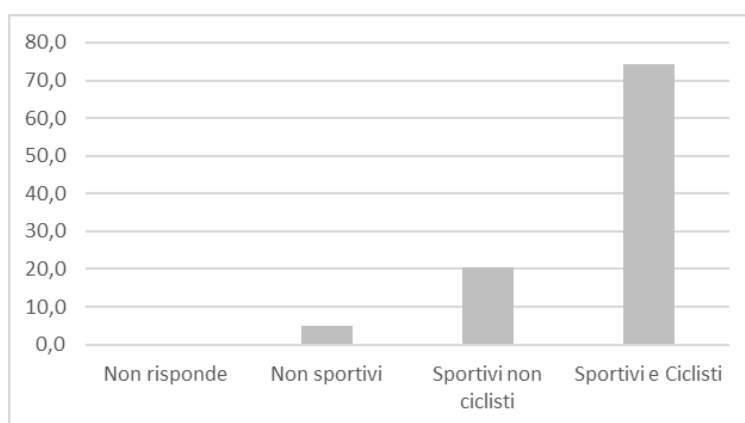


Figura 1: Sportività dei rispondenti (%)

Un dato interessante riguarda il principale ciclista preferito: nonostante il questionario fosse intitolato 'Il Mito di Felice Gimondi', il ciclista che ha ottenuto il maggior numero di preferenze, il 43% (età media: 54 anni), è stato Marco Pantani, contro il 31,4% delle preferenze ottenute dal ciclista bergamasco (età media: 64 anni). Il dato è riconducibile a tre possibili spiegazioni: gli eventi del 'Pirata' – soprannome di Pantani – riguardano gli anni '90 e l'inizio del XXI secolo, molto più vicini a noi dell'epoca gimondiana; la grandiosa ed epica doppietta Giro d'Italia e Tour de France del 1998 (la cui vittoria mancava da 33 anni, quando vinse Gimondi); infine, l'improvvisa e tragica morte, che gettò immantinente questo sportivo amato da tutti nell'Olimpo dei grandi ciclisti e nel mito.

Ciclista	Totale 829	Sportivi Ciclisti (617 – 74,4%)	Non Ciclisti (210 – 25,3%)	Bergamaschi (169 – 20,4%)
Marco Pantani	43,1%	46%	34%	38%
Felice Gimondi	31,4%	26%	46%	41%

Tabella 4: Computazione percentuale dei rispondenti circa l'identificazione prevalente del mito sportivo ciclistico.

Il gruppo dei non ciclisti (sportivi e non), simile per età e per sesso a quello dei ciclisti, predilige Felice Gimondi. Parimenti, il gruppo dei residenti nella provincia di Bergamo preferisce Gimondi, sebbene il divario sia più modesto di quanto aspettato. Rispetto alla media nazionale, inoltre, il gruppo dei ciclisti bergamaschi è costituito dal 60% (contro il 74% circa), e quello degli sportivi non ciclisti è il 34% (contro il 20% circa); anche questi due sottogruppi ripresentano la medesima preferenza: i ciclisti apprezzano maggiormente Pantani, i non ciclisti Gimondi.

L'ultima descrizione generale evidenzia come l'80,6% degli intervistati conosca sinteticamente la storia del ciclismo italiano – quanto meno i principali interpreti – e ben il 90,6% conosca sommariamente la carriera di Felice Gimondi.

Riguardo alle opinioni, per la maggioranza degli intervistati l'atleta bergamasco rappresenta molteplici aspetti non solo sportivi.

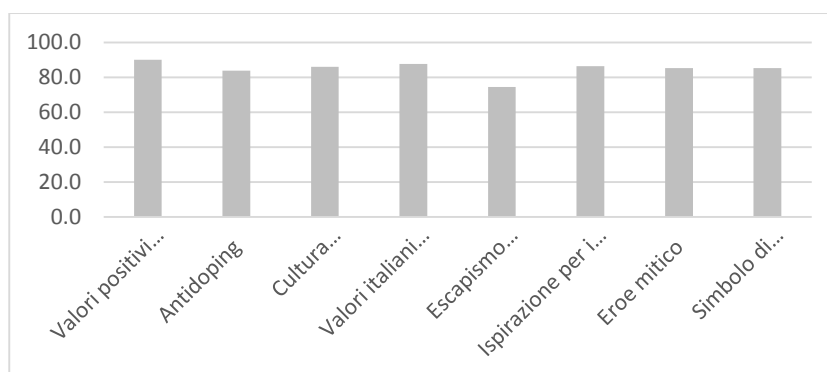


Figura 2: Gimondi rappresenta... (%)

Note: nel multiple set di associazioni proposte erano ammesse risposte affermative, negative o di assenza di risposta

Gli aspetti sopra elencati sono condivisi almeno dal 75% dei rispondenti; tra questi spicca il 90% di opinioni per cui Gimondi incarna i valori positivi dello sport (dimensione etica), cui segue l'88% della rappresentanza dei valori italiani tradizionali (dimensione etico culturale). Per l'85% delle persone è un eroe mitico, simbolo di Bergamo e della cultura bergamasca; per il 75% il grande ciclista ha rappresentato anche un momento di svago e una forma di escapismo sportivo-collettiva durante il periodo storico del miracolo economico italiano e della successiva austerità.

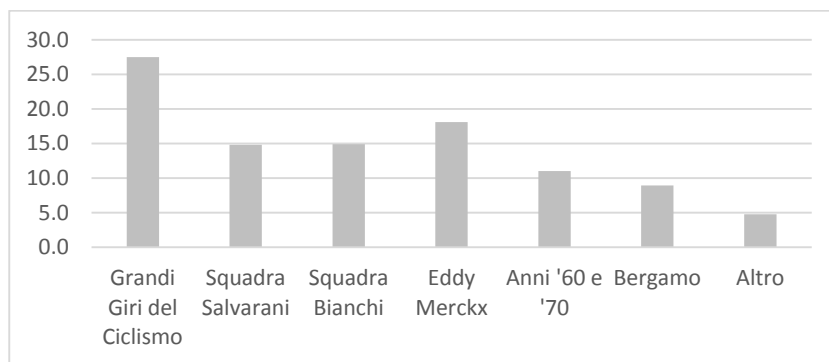


Figura 3: L'immagine di Gimondi ti ricorda... (%)

Note: la formulazione del questionario ammetteva un multiple set di risposte. Le percentuali qui riportate sono relative al totale dei rispondenti (818).

Per il 28% dei rispondenti l'immagine di Gimondi rievoca i Grandi Giri del ciclismo e per il 18% riporta agli epici duelli con il "Cannibale" Eddy Merckx; coloro che ricordano immediatamente le due grandi squadre (Salvarani e Bianchi) con cui ha corso sono il 30%. Se costoro potessero incontrare Gimondi, il 76% vorrebbe informazioni e scambiare opinioni sul ciclismo, sulle tecniche e sui percorsi; il 42% vorrebbe proseguire il proprio progetto di ricostruzione storica (autografi, foto commemorative, collezione di cimeli), gruppo all'interno del quale si può ravvisare un comportamento tipico del fan commemorativo ("imprenditore della memoria", Lang & Lang,

1990). Il 19% manifesta caratteristiche tipiche del fan celebrativo, poiché sarebbe suo desiderio elogiare il campione bergamasco, mentre il 13% evidenzia diversi e molteplici atteggiamenti avvicinabili, comunque, all'aspetto celebrativo e/o informativo.

Spostandoci dagli atteggiamenti ai comportamenti della fandom, le principali attività da questa svolte sono così espresse:

Attività	Per niente o Poco	Abbastanza o Molto
Epistemofilia e Documentazione sulle principali competizioni cui ha partecipato F. Gimondi	52,4%	47,6%
Acquisti di gadget e cimeli	94,7%	5,3%
Collezionismo	93,1%	6,9%
Epistolario nel periodo '60-'70	88,2%	11,8%

Tabella 5: Computazione di atteggiamenti e comportamenti del fandom, sotto forma di manifestazioni di interesse, misurati nel questionario.

L'attività dominante svolta dagli intervistati è quella informativo-documentaristica, attraverso ricerca di contenuti su gare di ciclismo dell'epoca e attività di Gimondi; acquisto e collezionismo di cimeli sono attività tipiche di una ristretta cerchia di appassionati, interessati alla ricostruzione personale di una memoria biografica. Coloro che hanno svolto attività epistolare (lettere, cartoline, messaggi, ecc.) verso Gimondi negli anni '60 e '70 del XX secolo sono stati circa il 12%; il dato deve essere contestualizzato con il periodo storico e con l'età di quella popolazione (che nel 2023 ha almeno 60 anni) che ad oggi subisce un processo di digital divide – il divario tra chi ha effettivamente accesso alle tecnologie dell'informazione e chi ne è escluso, tecnologicamente o culturalmente, in maniera parziale o totale (Anzera & Comunello, 2005) – e incontra una progressiva riduzione legata alla mortalità generazionale.

Attività	Per niente	Poco	Abbastanza o Molto
Partecipazione a gare rievocative	75,4%	11,2%	13,4%
Partecipazione a community e gruppi su Facebook dedicati a F. Gimondi	31,8%	24,7%	43,5%

Tabella 6: Computazione frequenziale delle attività partecipative del fandom ad attività legate a Felice Gimondi.

Un'attenzione particolare merita il secondo gruppo di attività, in cui la dimensione non è più individuale bensì sociale, i cui spazi sono gare rievocative territorialmente localizzate o gli spazi digitali di Facebook. Sebbene la quasi totalità degli intervistati ritenga sufficienti (35,6%) o decisamente (57,8%) valide le attività commemorative – dalle gare ciclistiche alle attività organizzate dai gruppi di fan – in onore della memoria di Felice Gimondi, è poi il 25% a partecipare agli incontri, prevalentemente nel territorio bergamasco.

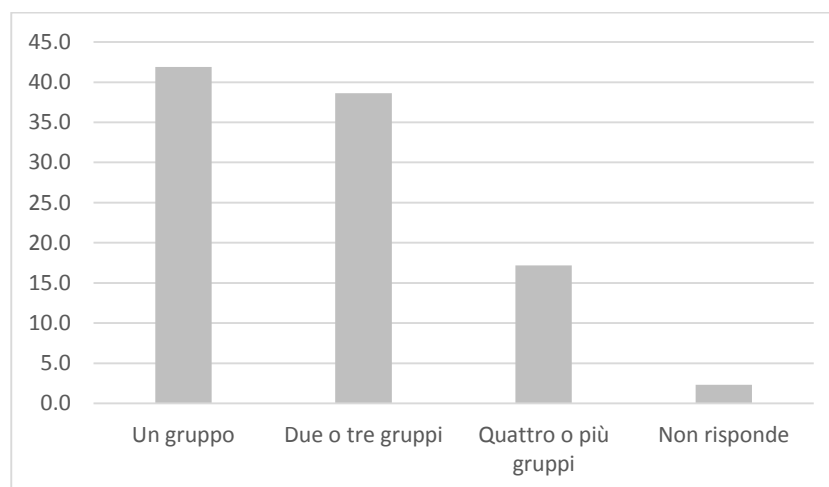


Figura 4: Numero di communities a cui si è iscritti (%)

Per quanto riguarda la dimensione social del fandom di Gimondi, il 73% degli intervistati fa parte di community Facebook intitolate a Gimondi con un restante 5% che partecipa a community generiche sul ciclismo, per un totale di 645 rispondenti. Il 42% fa

parte di una sola di queste, il 37% di due o tre, mentre il 17% di quattro o più gruppi; il 2% non risponde. Tra i partecipanti, il 43,5% si sente abbastanza o molto attivo, con un 24,7% poco attivo. Questo dato non corrisponde con quanto appurato in sede di approfondimento, poiché i fan realmente attivi sono decisamente pochi e producono la maggior parte dei contenuti. Infine, tra tutti i membri partecipanti alle community sul ciclismo, ben l'82% segue anche altri ciclisti.

Nelle Community gli utenti...	Frequenze
Fruiscono passivamente di contenuti sul ciclismo	83%
Fruiscono passivamente di contenuti su F. Gimondi	81%
Cercano foto, video e documenti storici di ciclismo	55%
Condividono contenuti su F. Gimondi e ciclismo anni '60-'70	41%
Condividono contenuti personali	41%
Interagiscono con altri utenti su contenuti di ciclismo	36%
Interagiscono con altri utenti su contenuti su F. Gimondi	30%
Organizzano incontri per praticare ciclismo	24%
Organizzano incontri per tempo libero	15%

Tabella 7: Frequenze percentuali del comportamento degli utenti nelle community tematiche considerate.

Note: Le domande non richiedevano risposte obbligatorie.

Come frequentemente succede sui social media, la grande maggioranza degli utenti fruisce passivamente dei contenuti di loro interesse; poco più di una persona su due cerca attivamente foto, video e documenti storici online; ancora, il 41% condivide contenuti personali o foto e video di ciclismo e Gimondi. Quando le attività richiedono maggiore coinvolgimento ed impegno diminuisce la partecipazione degli intervistati: ad interagire con gli altri membri sono circa uno su tre, mentre ad organizzarsi per incontrarsi dal vivo sono ancora meno. È significativo, comunque, notare come circa uno su quattro si organizzi e pratichi ciclismo insieme ad altre persone, a riprova di come il ciclismo sia uno sport individuale ma fruito in gruppi, nella cui socialità si trovano condivisione di esperienze e percorsi, di sforzi e motivazioni.

L'ultima considerazione sulla popolazione intervistata riguarda l'analisi del contenuto testuale di una domanda aperta

non obbligatoria: “Che cosa rappresenta, personalmente per te, Felice Gimondi?”. L'intento è conoscere le opinioni al fine di svolgere una interpretazione euristica e, eventualmente, disporre una prima descrizione tipologica delle risposte, da verificarsi in successivi approfondimenti di ricerca. Coloro che non rispondono sono 206, il 25%, contro il 75% che esprime una considerazione personale. Attraverso analisi semantica e contestuale dei contenuti testuali (Rosito, 1988) dei 623 commenti utili si è evidenziata la ricorrenza di alcuni tipi di commenti che mostrano attitudini comportamentali e caratteristiche distintive dei fan, come è possibile vedere nella seguente tabella.

Tipo	Presenza	Descrizione
Commenti intersezionali	43,4%	
di cui: Etico – valoriale	22,1%	Elogio di valori morali ed etici attribuiti alla persona-atleta Gimondi.
di cui: Sportivo – informativo	7,5%	Constatazione delle imprese e degli eventi sportivi in chiave descrittivo-nozionistico.
di cui: Nostalgico – affettivo	13,8%	Ricordo affettivo della figura di Gimondi e alla capacità di costituire un ponte con la storia personale, familiare o territoriale della persona.
Commenti Celebrativi	30,8%	Commenti encomiastici, elogi ed esclamazioni volte a celebrare il ricordo di Gimondi ciclista. In molti casi (51%) i commenti sono accompagnati da apprezzamenti alla dimensione valoriale, sportiva o affettiva.
Commenti Commemorativi	23,8%	Commenti evocativi ed esaltazioni del mito di Gimondi, facenti leva sugli elementi popolari dell'immaginario e della memoria collettiva formatasi intorno al grande ciclista. Spesso (40%) i commenti sono accompagnati da apprezzamenti alla dimensione valoriale, sportiva o affettiva.

Tabella 8: Computazione percentuale della tipologia di commenti degli utenti dei gruppi Facebook considerati.

Il primo gruppo comprende tre commenti intersezionali (Crenshaw, 2017) che espongono considerazioni, opinioni,

narrazioni o attribuzioni non strettamente leggibili con una interpretazione lineare, bensì attraverso la chiave della soggettività individuale del rispondente, talvolta orientato all'esaltazione di Gimondi. Il più frequente tra questi è quello etico-valoriale, in cui umiltà, serietà, tenacia e onore risaltano maggiormente come caratteristiche uniche.

*L'umanità e la genuinità, l'onestà e la bontà di una persona unica nel suo genere.
Umiltà, saggezza e 'bergamaschicità'.
Dedizione e volontà, perché era un campione anche quando non vinceva, modestia perché ha vinto tanto ma non ci dava così peso.*

Il commento meno frequente è quello sportivo-informativo, in cui il rispondente riporta un aspetto noto della storia del ciclismo o della carriera di Gimondi per lui rilevante, in particolare di Giro d'Italia, Tour de France o delle celebri sfide con Eddy Merckx.

*La storia del Ciclismo Internazionale.
La volata al Giro d'Italia sul sentierone battendo Merckx
Eddy.*

Il commento nostalgico-affettivo rappresenta la restituzione soggettiva e personale dell'effetto ponte del ricordo di Gimondi con l'epoca '60-'70, in cui gli eventi sportivi diventano la cornice situazionale del ricordo nostalgico di affetti, famiglia, casa natia e gioventù.

È difficile da spiegare... mio padre era un suo fan scatenato e poi da bambino ho cominciato a seguirlo anche io. Molte emozioni e ricordi.

Il ricordo delle corse seguite col babbo in tv.

La mia giovinezza. Abitava vicino a casa mia, ricordo la grande festa quando vinse il Tour de France.

Gli altri due tipi hanno raccolto la maggior frequenza (circa il 55%); in questi si può leggere non solo un commento ma anche una inclinazione emotiva e comportamentale ideale dei fan della contemporaneità. Sebbene i due gruppi possano mostrare alcune sovrapposizioni, si evidenziano differenze che mettono in luce nel primo un intento celebrativo elogiativo dell'atleta e, nel secondo, una finalità conativa commemorativa della figura eroica e mitica.

I commenti celebrativi costituiscono quasi il 31%; di questi la metà espone elogi e celebrazioni (ad es. 25 persone scrivono 'campione' o 'grande campione'), con un'altra metà che arricchisce le celebrazioni sottolineando principalmente gli aspetti etico valoriali e sportivi.

Orgoglio d'un grande campione italiano.

*Un uomo che è stato un grande atleta e un uomo educato,
gentile custode di valori forti.*

*Un grande Campione, unitamente a Coppi e Bartali, la
storia del ciclismo italiano!*

I commenti commemorativi, infine, costituiscono quasi il 24% ed esprimono l'aspetto mitico ed eroico della figura di Gimondi, al fine di mantenerne vivo il ricordo e corroborarne la leggenda secondo quelle che sono le caratteristiche di un fan "imprenditore reputazionale" (Fine, 1996).

Un mito eterno che vive nelle persone perbene.

*Per me rappresenta il mito del ciclismo mondiale, il più
grande.*

La passione per il ciclismo nei tempi della mia gioventù.

Felice Gimondi è stato e rimarrà un mito del Ciclismo.

3.5 Il fan del presente – l'analisi netnografica

La socialità superficiale ed illusoria sui social network (Marcucci & Boscaro, 2004) si riflette nella maggior parte dei contenuti condivisi nei due gruppi considerati. È rilevante notare come i discorsi collettivi siano numericamente pochi, con modesta partecipazione e di breve durata, i cui temi principali sono riferiti, nella maggior parte dei casi, a foto e ricordi o eventi e corse ciclistiche commemorative organizzate da appassionati, dagli stessi amministratori o da Norma Gimondi, figlia del Campione. I contenuti dei post online sono prevalentemente di due tipi: storico-biografici (eventi ciclistici passati con Gimondi protagonista) e commemorativi-celebrativi del mito di Gimondi, delle occasioni sociali e degli eventi rievocativi, come la 'Gran Fondo Felice Gimondi'.

Nel dettaglio, il gruppo 'Felice Gimondi's Friends' è quello numericamente più frequentato e attivo: dal 4 al 7 gennaio 2023 sono stati prodotti ben 89 post. Di questi, la grande maggioranza, 68, è stata prodotta da Norma Gimondi o amministratori e moderatori; i post e i discorsi collettivi promossi dagli utenti sono, invece, numericamente meno ma non scarsi, perché possiamo contarne 16 in 4 giorni. Ciò si può ricercare in un pattern comportamentale legato a ruolo e aspettative, il cui intento è di mantenere vivo ricordo – “la storia rende il passato un oggetto di analisi; la commemorazione lo rende un oggetto di impegno” (Schwartz, 2018:34) – e interesse per Gimondi, che vengono raggiunti attraverso apprezzamenti e feedback degli utenti. A riprova della socialità superficiale, nel conteggio sono stati enumerati solamente cinque post con foto e contenuti non significativi, e non sono stati considerati i saluti o i “buongiorno” tra utenti perché privi di aspetti tematici, ma da considerarsi per gli aspetti relazionali.

Argomenti	Post di amministratori o moderatori	Post di utenti
Foto storico-biografiche di eventi ciclistici del passato con Felice Gimondi	32	2
Foto di eventi speciali e celebrazioni non ciclistici con Felice Gimondi	20	1
Foto di varia natura con Felice Gimondi	8	10
Foto di eventi e gare commemorative o celebrative	7	2
Foto varie	1	1
Post non significativi	0	5
Totale:	68	21

Tabella 9: Computazione degli argomenti trattati nella community Facebook 'Felice Gimondi's Friends' nel periodo considerato.

I contenuti più frequentemente condivisi sono le foto storico-biografiche e le foto di eventi speciali e celebrazioni con Felice Gimondi protagonista, sia durante le attività sportive sia in occasioni pubbliche, mondane e sportive di rilievo nazionale. Particolare interesse negli utenti hanno destato le foto di Gimondi ciclista, soprattutto nelle gesta durante i Giri d'Italia o durante i duelli con Eddy Merckx.

Nel gruppo 'Felice Gimondi – Photos Nostalgie' si presentano importanti differenze: alla data in cui scriviamo il gruppo è esattamente la metà del precedente (poco meno di 3000 utenti), la partecipazione è costituita esclusivamente non da amministratori bensì da utenti e, infine, è alquanto scarsa nella frequenza delle condivisioni: l'analisi digitale si è difatti allargata al periodo 1° novembre 2022 – 7 gennaio 2023 per poter ottenere 60 user-generated contents.

Argomenti	Post di amministratori o moderatori	Post di utenti
Foto storico-biografiche di eventi ciclistici del passato con Felice Gimondi	0	36
Foto di eventi speciali e celebrazioni non ciclistici con Felice Gimondi	0	9
Foto di varia natura con Felice Gimondi	0	5
Foto di eventi e gare commemorative o celebrative	0	2
Foto varie	0	8
Totale:	0	60

Tabella 10: Computazione degli argomenti trattati nella community Facebook 'Felice Gimondi – Photos Nostalgie' nel periodo considerato.

Anche in questo gruppo i contenuti condivisi maggiormente sono foto storico-biografiche di eventi ciclistici con Gimondi; a differenza dell'altro gruppo questi sono esclusivamente di natura grassroot, cioè condivisi da utenti e non da amministratori del gruppo, e di questi ben 27 (su 60) sono stati condivisi da utenti non italiani (olandesi, belgi e francesi in particolare), con molte foto rappresentanti la Paris Roubaix, il Ronde van Vlaanderen (Giro delle Fiandre), il Tour de France e le epiche sfide con Eddy Merckx.

In entrambi i gruppi i post contenenti foto storico-biografiche sono i più frequenti, seguiti dai post con foto di eventi speciali e celebrazioni, in linea con le forme di epistemofilia di fatti e avvenimenti tipici dei discorsi narrativi di natura celebrativo-emotiva e culturale-commemorativa (Assmann, 2008) di quegli appassionati di ciclismo e di Felice Gimondi più attivi e motivati. Volendo supporre – considerando la natura esplorativa di questa ricerca – una considerazione descrittiva dei profili ideali dei fan contemporanei sui social media attraverso una analisi delle evidenze empiriche, possiamo individuare le caratteristiche di tre comportamenti ricorrenti.

Il fan residuale è nettamente il più presente, poco partecipa al discorso collettivo, e si limita a sporadici apprezzamenti e fa parte dei gruppi online per comunanza di interesse verso il ciclismo e la figura di Gimondi. Costui è interessato alla dimensione sportivo informativa e mostra passione anche per il ciclismo odierno e per le figure della storia recente, in particolare verso Marco Pantani.

Il fan sportivo, moderatamente attivo, è interessato a condividere o fruire immagini e contenuti delle gesta sportive al fine di ricordare vittorie, sfide o tratti famosi degli itinerari percorsi dai professionisti e ripercorsi per imitazione e compiacimento dagli amatori. Questo fan condivide una passione storica non solo documentaristica ma anche sportiva personale, in

quanto frequentemente pratica ciclismo amatoriale e partecipa a gare rievocative e celebrative.

Il fan celebrativo e commemorativo, che potrebbe essere definito “imprenditore della memoria” (Lang & Lang, 1990), è il meno presente numericamente ma anche fortemente interessato a mantenere vivo il ricordo e, quindi, socialmente il più attivo – non solo sui social media – nella promozione del mito e delle gesta, di conoscenze sportive ed episodi apparentemente poco significativi, di rievocazioni ciclistiche ed occasioni di relazionalità sociale.

“La narrazione genera oggetti di valore e nel farlo reifica i valori prodotti dai gruppi sociali” (Perissinotto, 2012:8) in maniera socialmente funzionale e trasmissibile, con lo scopo di unire i membri della società attorno ad una figura mitica e ai suoi valori, al fine di richiamare processi di imitazione sociale e di adesione ed introiezione dei modelli culturali narrati. La fandom più attiva, in particolare, è caratterizzata da una maggiore omologia interna e da forme di engagement (Hebdige, 1979) che si ritrovano principalmente nelle attività di informazione e documentazione storica, collezionismo (giornali e cimeli) e partecipazione agli eventi celebrativi o rievocativi, ma anche e soprattutto attraverso una maggiore intimità e prossimità emotivo sociale, con relazioni e condivisioni ricche di significati e di attività riconducibili alla rievocazione di Felice Gimondi.

3. Conclusioni e futuri sviluppi di ricerca

Il presente studio nasce all'interno dei dibattiti sulla rappresentazione collettiva degli eroi sportivi, dedicandosi in particolare alla figura di Felice Gimondi. Il focus del lavoro ha visto l'analisi del mito nell'immaginario collettivo e del coinvolgimento dei fan ai tempi delle sue attività ciclistiche, con l'approfondimento dell'analisi nel presente attraverso la stampa sportiva nazionale, i social media e le attività dedicate alla sua memoria.

L'analisi diacronica e multidimensionale delle fonti ha consentito di sviluppare lo studio lungo due principali assi. Il primo si è articolato

tramite l'analisi della stampa cartacea di allora e dei riscontri sulle notizie contemporanee pertinenti Gimondi su siti web di testate giornalistiche. Il secondo riguarda il rapporto dei tifosi verso il Campione, condotto tramite l'analisi quali quantitativa delle lettere dei fan dell'epoca, del questionario e dei post sui gruppi Facebook di oggi. In entrambe le linee di ricerca si è assistito alla definizione di tipologie di contenuti caratteristici riferibili a specificità comportamentali dei gruppi di fan; tra queste, la principale evidenza è la trasposizione precoce dalla più semplice linea celebrativa a quella commemorativa.

I fan celebrativi e commemorativi sono accomunati da un maggior coinvolgimento ed attivismo all'interno della fandom di Gimondi; è nostra premura ricordare come queste considerazioni siano esplorative e da approfondire in ulteriori ricerche, ma possiamo notare come emergano gli obiettivi manifesti di celebrazione e, oggi, di attivazione dei processi di ricordo ed emergenza della memoria collettiva del mito, corroborati dalle finalità latenti di accrescimento delle forme di relazionalità, sociale ed intima, e di partecipazione alla microcomunità dei fan.

L'aspetto commemorativo, irrobustito da plurimi accostamenti ai grandi sportivi del passato, dimostra una tendenza alla cristallizzazione culturale e alla giustificazione di Gimondi nell'immaginario collettivo. Ciò si ritrova soprattutto in quegli elementi di identificazione idealizzata di 'campione popolare', con il quale il tifoso ritrova spesso un'impersonificazione dettata dalla comunanza delle origini provinciali, dell'etica sportiva e della competizione attraverso il dualismo nelle rivalità agonistiche con il corridore fiammingo Merckx. Il questionario somministrato a fine 2022 va a confermare le sopracitate evidenze empiriche. Si rimarca la coesistenza di tifosi residuali dell'epoca che abbiano vissuto "l'età dei Gimondi" (Clerici, 1967) con quella delle generazioni contemporanee e postume, in cui compaiono tratti celebrativi e commemorativi. Il processo di valorizzazione della memoria può pertanto consolidarsi grazie all'azione svolta congiuntamente da questi fan unitamente alla promozione di eventi e pubblicazioni ad opera della famiglia Gimondi, di realtà museali (e.g. Museo Tino Sana), di collezioni private (Archivio Cav. Ubiali) e di istituzioni pubbliche. Dalla complessità dell'analisi traspare inoltre la fondatezza dei binomi 'Gimondi – Bergamo', 'Gimondi – etica sportiva' e 'Gimondi – Merckx'; ciò contribuisce a connotare di unicità

e riconoscibilità la figura di Gimondi nell'immaginario del fandom di riferimento. Proprio la coesistenza di iniziative trasversali, che rafforzano la memoria, rimanda alla sopramenzionata letteratura del 'mito sportivo', radicandosi in un processo olistico di impersonificazione, sia nazional-popolare che identitario-territoriale, destinato a durare nel tempo.

Bibliografia:

- | | | |
|----------------------------|------|---|
| Affuso, O. | 2010 | <i>Il magazine della memoria. I media e il ricordo degli avvenimenti pubblici.</i> Roma: Carocci. |
| Amaturo, E. & Punziano, G. | 2013 | <i>Content Analysis: tra comunicazione e politica.</i> Milano: Ledizioni. |
| Anderson, B. | 2013 | <i>Comunità immaginate.</i> Roma: Manifestolibri. |
| Anzera, G. & Comunello, F. | 2005 | <i>Mondi digitali. Riflessioni e analisi sul Digital Divide.</i> Milano: Guerini Associati. |
| Assmann, J. | 2008 | "Communicative and Cultural Memory". In: Erll, A. & Nünning, A. (eds). <i>Cultural Memory Studies: An International Handbook.</i> New York: Walter de Gruyter. |
| Bagnini, E. & Russo, G. | 2021 | "Mixed Methods and Off/On-line Research. A Case Study: Fitness, Smartphone and Devices, and Well-Being". In: Punziano, G. & Delli Paoli, A. (eds). <i>Handbook of Research on Advanced Research Methodologies for a Digital Society.</i> Hershey, PA: Igi Global Publisher. |

- | | | |
|------------------------------|------|--|
| Bailey, K. | 2006 | <i>Metodi della ricerca sociale</i> . Bologna: Il Mulino. |
| Bifulco, L. | 2014 | “Una vita di archetipi. Il mito di Maradona nelle sue biografie”. In: Bifulco, L. & Dini, V. (eds). <i>Maradona. Sociologia di un mito globale</i> . Santa Maria Capua Vetere: Ipermedium libri. |
| Bourdieu, P. | 1979 | <i>La distinction. Critique sociale du Jugement</i> . Paris: Minuit. |
| Chierici, L. | 1967 | <i>L'età dei Gimondi. Il ciclismo su strada</i> . Bologna: Cappelli. |
| Crenshaw, K.W. | 2017 | <i>On Intersectionality: Essential Writings</i> . New York: The New Press. |
| Creswell, J.W. & Clark, V.L. | 2017 | <i>Designing and Conducting Mixed Methods Research</i> . London: Sage Publications. |
| Dayan, D. & Katz, E. | 1993 | <i>Le grandi cerimonie dei media</i> , Bologna: Baskerville. |
| De Lillo, A. (ed.) | 2010 | <i>Il mondo della ricerca qualitativa</i> . Torino: UTET. |
| Elias, N. & Dunning, E. | 1989 | <i>Sport e aggressività</i> . Bologna: Il Mulino. |
| Felice, E. | 2015 | <i>Ascesa e declino. Storia economica d'Italia</i> . Bologna: Il Mulino. |
| Fine, G.A. | 1996 | ‘Reputational Entrepreneurs and the Memory of Incompetence: Melting Supporters, Partisan Warriors, and Images of President Harding. <i>American Journal of Sociology</i> , 101:1159-1193. |

- | | | |
|-----------------------------|------|--|
| Franzosi R. | 1987 | 'The Press as a Source of Socio-historical Data'. <i>Historical methods</i> , 20:5-16. |
| Halbwachs, M. | 1968 | <i>La mémoire collective</i> . Paris: Presses Universitaires de France. |
| Hebdige, D. | 1979 | <i>Subculture: The Meaning of Style</i> . London & New York: Routledge. |
| Hills, M. | 2002 | <i>Fan Cultures</i> . London: Routledge. |
| Hsieh, H.-F. & Shannon S.E. | 2005 | 'Three Approaches to Qualitative Content Analysis'. <i>Qualitative Health Research</i> , 15(9):1277-1288. |
| Kozinets, R.V. | 2010 | <i>Netnography. Doing Ethnographic Research Online</i> . London: Sage. |
| Krippendorff, K. | 2018 | <i>Content Analysis: An Introduction to its Methodology</i> . London: Sage. |
| Lang, G.E. & Lang, K. | 1990 | <i>Etched in Memory: The Building and Survival of Artistic Reputation</i> . Chapel Hill: University of North Carolina Press. |
| Losito, G. | 2004 | <i>L'analisi del contenuto nella ricerca sociale</i> . Milano: Franco Angeli. |
| Marchesini, D. | 2016 | <i>Eroi dello sport. Storie di atleti, vittorie, sconfitte</i> . Bologna: Il Mulino. |
| Marcucci M. & Boscaro M. | 2004 | "Introduzione alle nuove dipendenze online". In: Marcucci M. & Boscaro M. <i>Manuale di psicologia delle dipendenze patologiche</i> . Urbino: L'asterisco. |
| Marradi, A. | 1997 | "Casuale e rappresentativo. Ma cosa vuol dire?". In: Ceri. P. (ed.). <i>La politica e i sondaggi</i> . Torino: Rosenberg & Sellier. |

- | | | |
|------------------|------|---|
| Marres, N. | 2017 | <i>Digital Sociology. The Reinvention of Social Research</i> . Hoboken: John Wiley & Sons. |
| Merten, K. | 1991 | <i>Inhaltsanalyse: Eine Einführung in Theorie, Methode und Praxis</i> . Opladen: Westdeutscher Verlag. |
| Morin, E. | 2005 | <i>Lo spirito del tempo</i> . Roma: Meltemi. |
| Perissinotto, A. | 2012 | “Narrazioni di massa e rappresentazioni sociali”. In: Fiore, F.; Rivoltella, P.C. & Bricchetto, E. (eds). <i>Media, storia e cittadinanza</i> . Brescia: La Scuola. |
| Pivato, S. | 2019 | <i>Storia sociale della bicicletta</i> . Bologna: Il Mulino. |
| Rositi, F. | 1988 | “L’analisi del contenuto”. In: Rositi, F. & Livolsi, M. (eds). <i>La ricerca sull’industria culturale</i> . Roma: La Nuova Italia Scientifica. |
| Schwartz, B. | 2018 | “Ripensare il concetto di memoria collettiva”. In: Tota, A.L.; Luchetti, L. & Hagen, T. (eds). <i>Sociologie della memoria</i> . Roma: Carocci editore. |
| Serantoni, I. | 2005 | <i>Felice Gimondi. La mia vita, la carriera</i> . Milano: SEP Editrice. |
| Simmel, G. | 1983 | <i>Forme e giochi di società. Problemi fondamentali della sociologia</i> . Milano: Feltrinelli. |
| ——. | 2018 | <i>Sociologia</i> . Milano: Meltemi. |
| Statera, G. | 1966 | <i>La élite del potere</i> . Milano: Feltrinelli. |

Sitografia

Ruggeri Enrico – Gimondi e il Cannibale (canzone) -
<https://youtu.be/bTTwYqjxF0>, visitato il 25/01/2023.

www.bergamonews.it: <https://www.bergamonews.it/2023/08/17/quattro-anni-senza-felice-gimondi-il-campione-simbolo-della-bergamaschita/622512/>, visitato il 17/08/2023.

www.ecodibergamo.it:
https://www.ecodibergamo.it/stories/premium/Sport/barcellona-mondiale73-bergamo-ricorda-trionfo-felice-gimondi-o_1642352_11/, visitato il 02/09/2023.

www.treccani.it: voce “Ciclismo” -
https://www.treccani.it/enciclopedia/ciclismo_%28Enciclopedia-dello-Sport%29/, visitata il 17/01/2023.
voce “Contenuto, Analisi del” - https://www.treccani.it/enciclopedia/analisi-del-contenuto_%28Enciclopedia-delle-scienze-sociali%29/, visitata il 04/07/2023.

voce “Fandom” - https://www.treccani.it/enciclopedia/fandom_%28Lessico-del-XXI-Secolo%29/, visitata il 23/01/2023.

[www.wikipedia.it](https://it.wikipedia.org/wiki/Ciclismo): voce “Ciclismo” - <https://it.wikipedia.org/wiki/Ciclismo>, visitata il 17/01/2023.