

**GIUSEPPE BETTONI
ANNA MARIA PIOLETTI**

GEOGRAFIA, GEOPOLITICA E GEOSTRATEGIA DELLO SPORT

TRA GOVERNANCE E MONDIALIZZAZIONE



© Gli Autori e i Curatori ©Edizioni QUAPEG, 2020

Giuseppe Bettoni, Anna Maria Pioletti (a cura di). *Geografia, geopolitica e geostrategia dello sport. Tra governance e mondializzazione*

ISBN: 9791220216050

DOI: 10.5281/zenodo.4252626

Il volume pubblicato è stato sottoposto a peer review da parte di due esperti anonimi

© 2020, Edizioni Quapeg,
Quaderni del Laboratorio di Pedagogia Generale
Università degli Studi di Roma “Foro Italico”
Piazza L. De Bosis, 15 – 00135, Roma

All rights reserved
Printed in Italy

Indice

<i>Introduzione</i>	<i>p.1</i>
<i>Spazialità e sport: le narrazioni del ciclismo negli spot ufficiali</i>	<i>p. 9</i>
<i>Determination of Current Situation and Dissemination of Race Officials' Training in European National Sailing Federation</i>	<i>p. 47</i>
<i>Sport e turismo lento per uno sviluppo sostenibile del territorio. La proposta di itinerari per la valorizzazione condivisa e partecipata dell'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara</i>	<i>p. 79</i>
<i>I grandi eventi sportivi e il rilancio</i>	<i>p. 119</i>

<i>turistico della città: il caso delle Universiadi Napoli 2019</i>	
<i>Lo sport attraverso la geopolitica</i>	<i>p. 155</i>
<i>La governance dello sport in territorio alpino</i>	<i>p. 189</i>
<i>Il ruolo di CONIFA, tra riconoscimento sportivo e geopolitico</i>	<i>p. 223</i>
<i>La globalizzazione nel ciclismo e la geografia economico-politica del Giro d'Italia</i>	<i>p. 249</i>
<i>Geopolitica dello sport nell'era della mondializzazione</i>	<i>p. 289</i>
<i>La rappresentazione dello sport femminile tra operatori della comunicazione e pratiche sportive</i>	<i>p. 327</i>
<i>La geografia dello sport tra lecito e illecito: il caso della "frode" in competizioni sportive</i>	<i>p. 359</i>
<i>Sintesi dell'opera</i>	<i>p. 393</i>
<i>Synthèse de l'ouvrage</i>	<i>p. 397</i>
<i>Summary of the book</i>	<i>p. 401</i>
<i>内容摘要</i>	<i>p. 405</i>
<i>Elenco autori</i>	<i>p. 409</i>

Lo sport attraverso la geopolitica

di Giuseppe Bettoni

Abstract

The geography of sport has shown the links between the evolution of society, space and sporting practice. Specifically, here we want to make the connection between geopolitics and sport. Almost always this connection is made regarding soft-power issues, international relations, lately also as instruments of affirmation on the international scene (Beijing Olympics, Sochi Winter Olympics...). In this contribution, much emphasis is given to the local geopolitics of sport, highlighting antagonisms between local actors in infrastructural choices related to sport, where sports infrastructures are not just a service that

*Geografia, Geopolitica e Geostrategia dello Sport:
tra governance e mondializzazione*

answers to a demand but are a real tool for intervention on the society, giving it one form rather than another. Even the occupation of public space through the practice of certain sports or even the construction of identity of local communities through the affirmation of certain sports are cases of local geopolitics.

Key Words: Geography, Geopolitics, Sport, Globalization, Territorial Planning, Identity.

1. Geografia e sport

La geografia dello sport è un settore ampiamente studiato e ricco di casi di studio estremamente interessanti. Questo perché se la geografia è la descrizione del mondo, questa descrizione passa attraverso l'interpretazione che ognuno di noi individualmente vive, con le proprie caratteristiche, la propria personalità. Come noi descriviamo un territorio (come ne spieghiamo quindi la geografia) è frutto di quello che noi siamo e di come viviamo le caratteristiche di quello stesso territorio, così come è stato modificato dalla società che ci vive, su scale diverse.

In pratica la nostra maniera di “osservare” il territorio, come lo percepiamo, quello che suscita in noi, ci porta a descriverlo in un certo modo, diverso da quello di qualcun altro, nonostante ognuno possa vivere lo stesso territorio.

Questo fa sì che la geografia di ognuno di noi sia anche frutto della nostra “identità”, ciò che noi siamo, i nostri valori, le nostre credenze, la nostra cultura. La geografia è fatta quindi da un elemento essenziale: l'uomo. Se non ci sono esseri umani, non c'è geografia.

Se geografia vuol dire, come appena scritto, descrivere il mondo secondo la nostra personalità, fondamentalmente quello che noi “descriviamo” è

la relazione tra la società e il territorio su cui viviamo: l'una modella l'altro e viceversa.

Questa breve premessa ci permette di ricordare alcuni punti essenziali, che saranno richiamati in seguito, per comprendere il rapporto tra geopolitica e sport.

La geografia che ognuno di noi può definire per un dato territorio è frutto della cultura di ognuno di noi e che sentiamo di condividere come gruppo sociale. Lo Sport è prima di tutto un fenomeno culturale che modella comportamenti, valori e quindi anche l'uso che facciamo del territorio dove viviamo: come diamo forma allo spazio pubblico, come gruppo sociale o come parti di gruppi sociali, essi stessi parte di società più ampie.

È talmente caratterizzante che oramai, come società, usiamo lo sport come elemento identitario. Il Judo è per la maggior parte delle persone uno sport giapponese, così come pensiamo che il calcio sia uno sport nel quale gli italiani si "identificano". La profonda penetrazione dello sport come elemento culturale, non solo di pura pratica fisica, la troviamo fin dall'antichità. Sappiamo cosa rappresentavano i Giochi Olimpici nell'antichità, così come sappiamo cosa rappresentano i Giochi Olimpici moderni "resuscitati" solo alla fine del XIX secolo. Già su questo aspetto possiamo fare un collegamento tra nascita del concetto di "nazione"

e “rinascita” dei Giochi Olimpici, approfondimento che vedremo più avanti.

La definizione di Sport è importante perché tutti tendiamo a parlare di Sport, spesso però intendendo cose diverse. Se vogliamo quindi parlare di Geopolitica dello Sport è necessario definire entrambe le parole.

Lo Sport ce lo ricorda chiaramente Augustin in più lavori da lui prodotti. In particolare, lui fa la distinzione tra Sport e ludo-sport (Augustin, 2011) definendo chiaramente quello che compone l’uno e quello che, invece, compone l’altro. La sua definizione e delimitazione delle due pratiche ci permette di osservare più chiaramente in seguito, quando parleremo di Geopolitica, quali attori intervengono e come il loro ruolo nel tempo sia cambiato, proprio come la pratica sportiva. Augustin cita Elysée Reclus quando afferma alla fine del XIX secolo “i popoli cambiano attraverso l’agricoltura, l’industria e i servizi commerciali e non smettono di evolvere loro stessi attraverso le migrazioni”. Augustin aggiunge a questa citazione di Reclus: “[...] potremmo dire all’inizio del XXI secolo che i popoli cambiano attraverso la cultura, il turismo, lo sport, la musica che cambiano incessantemente a loro volta attraverso una mobilità accelerata e le comunicazioni planetarie” (Augustin, 2011, p. 372).

La pratica dello sport è quindi un elemento culturale che per essere vissuta ha bisogno di modificare il territorio, ma che viene anche caratterizzata dal territorio stesso. La pratica degli sport invernali è facilitata dal clima di certi Paesi ma esistono storiche eccezioni, come gli sprinter Jamaicani che per la prima volta nel 1988 parteciparono ai Giochi Olimpici invernali nel bob a 4: suscitarono scalpore perché una caratteristica fisica (l'eccellenza nello sprint) non si univa a una caratteristica del territorio (in Jamaica non c'è neve).

Uno dei riferimenti della geografia dello sport è John Bale, il quale tra i numerosi articoli ci ricorda che, in realtà, il rapporto tra geografia e sport è antichissimo e per la prima volta viene fatto da Elysée Reclus nella sua *Géographie Universelle* del 1879 quando parla del Cricket. Se possiamo definire quella una “prima” citazione o definizione, il rapporto tra geografia e sport non ha mancato di rafforzarsi, complessificarsi col passare del tempo.

Particolarmente dopo il secondo dopoguerra è intervenuto, soprattutto nella scuola di Geografia americana, un uso dello sport come “decodificatore” delle società, come ad aggiungere un'altra variabile da cartografare per meglio comprendere il rapporto tra territorio e società. In effetti, i primi lavori di analisi delle origini dei diversi campioni di football americano, baseball o

basket, offrivano delle interessanti chiavi di lettura sia delle culture locali, e quindi delle preferenze sportive, sia delle letture socioeconomiche del territorio, creando una relazione tra status sociale e pratica di determinati sport. Bale stesso comincia a interessarsi allo Sport in geografia perché lo trova utile per avvicinare gli studenti alla geografia, attraverso una “spazializzazione” delle localizzazioni delle squadre, da dove venivano i maggiori campioni di un dato sport, quali sport si praticano e in quali aree (Bale, 1981).

Possiamo, quindi, concludere questa parte introduttiva dicendoci che seppur recente, lo studio della geografia dello sport è in realtà un ambito di studio che trova ampiamente ragion d'essere e che anzi, ci fa interrogare sulle motivazioni che non abbiano spinto al suo studio fin dall'inizio dell'insegnamento della Geografia nelle Università.

2. Geopolitica

Per poter parlare di geopolitica dello sport occorre, però, prima definire chiaramente il termine di geopolitica che qui vogliamo intendere. Diverse definizioni negli anni, e soprattutto in Italia un uso molto confuso di questo termine, fanno sì che sia necessario avere un riferimento a riguardo e a chi scrive sembra interessante, in questo lavoro, riferirsi a quella data da Yves Lacoste: che

definisce “geopolitica” quella situazione in cui due o più attori politici si contendono un territorio; per questo gli attori propongono delle rappresentazioni che danno loro legittimità al controllo di quel territorio e le popolazioni partecipano alla contesa attraverso delle discussioni riguardo a chi degli attori ne avrebbe realmente legittimità (Lacoste, *Dictionnaire de Géopolitique*, 1993).

Questa definizione ha diverse particolarità che la rendono estremamente utile. La prima è il partire dal “territorio” quale posta in gioco: se non c’è un territorio preciso che è conteso allora non siamo di fronte a una situazione geopolitica.

La seconda particolarità è l’antagonismo tra attori politici e soprattutto il coinvolgimento delle popolazioni nel dibattito intorno alle rappresentazioni usate. Questo implica, a sua volta, altre cose come una minima libertà di parola senza la quale non sarebbe possibile avere una discussione tra la popolazione.

L’ultimo aspetto, ma certamente molto importante, è quello dell’uso delle rappresentazioni. Qui Lacoste intende come rappresentazione quelle idee che gli attori politici usano per garantirsi una certa legittimità. Rappresentazioni che sono sia cartografiche (la soggettività delle carte geografiche è argomento molto noto e in geopolitica l’uso che se ne fa è

molto ampio) sia semplicemente verbali o scritte, discorsi che offrono spiegazioni e rappresentazioni della situazione, della sua storia, della sua geografia, che mirano a sostenere la legittimità di uno degli attori a svantaggio degli altri.

Questa definizione ci mostra diverse cose. La prima è certamente il rapporto tra attore politico e territorio che si vuole controllare. Questo tipo di controllo in geopolitica si tende a immaginarlo come “armato”, violento in qualche modo, come di un rapporto di forza coercitivo che spinge un attore all’assoluto controllo di un territorio. Da qui il riferimento a strategie militari, presenze di eserciti o comunque di conflitti armati. Ma in realtà non dobbiamo trascurare che la maggior parte delle volte il controllo su un territorio avviene in modo “pacifico” e attraverso l’uso di leggi che ne regolano il controllo.

La geopolitica ha, infatti, almeno due campi di ricerca molto estesi: geopolitica esterna che riguarda gli antagonismi tra attori politici di stati diversi e la geopolitica interna e che riguarda antagonismi interni a uno stesso stato (Loyer, 2019).

Se il primo è probabilmente quello più diffuso perché riguarda conflitti che spesso hanno un rilievo internazionale (basti pensare al conflitto tra USA e URSS riguardo alla città di Berlino, vero punto di riferimento per quella che abbiamo

chiamato “guerra fredda” ma pensiamo anche alla guerra in Libia che sulla carta è “interna” ma che in realtà vede il coinvolgimento di importantissimi attori internazionali), dobbiamo però considerare come estremamente diffusi i conflitti per casi di geopolitica interna. Qui la casistica è molto più ampia perché può andare dagli antagonismi linguistici, come tra Catalogna e Regno di Spagna, così come tra il Tirolo Italiano e il Governo della Repubblica Italiana, fino ad arrivare agli antagonismi per le infrastrutture (dove insediare una fabbrica, dove far passare una linea ad alta velocità e così via) (Subra, 2016).

Il controllo di un territorio non deve essere pensato solo attraverso le armi, ma si tratta di un controllo che mira a gestirne, governarne l’evoluzione: quello che quel territorio dovrà e non dovrà diventare, quali culture domineranno, quali ne hanno legittimità e quali, invece, solo ospiti più o meno graditi. L’attore politico gestisce per questo diversi strumenti: le rappresentazioni (la comunicazione, i media) per veicolare la propria visione del divenire di quel territorio. I servizi pubblici: linee di autobus per gestire i flussi del territorio, le collocazioni di asili, di mercati, di tutti luoghi preposti all’erogazione di servizi per il cittadino. La gestione dei finanziamenti dei diversi settori economici o iniziative proprie o di associazioni. Tutte queste azioni hanno un impatto

sul territorio e lo modifica, ne cambiano il modo che il cittadino ha di utilizzarlo: cambia la geografia di ogni cittadino (Bettoni, 2012).

3. Geopolitica e Sport

Da quello che possiamo aver fin qui letto, comprendiamo facilmente come lo sport sia un settore importante della geopolitica sotto diversi aspetti. Certamente vi è quello più noto: l'uso dello sport nella politica estera, nei rapporti di forza tra diversi stati (spesso identificato come *soft-power*).

Il caso dei giochi olimpici è il più emblematico, dove spesso gli Stati hanno utilizzato i giochi sia per riprendere contatti con altri Paesi sia come forma di affermazione di potenza. Partecipare ai giochi è un modo di affermare una propria esistenza, per questo motivo vi vediamo partecipare più Stati di quanti in realtà ne esistano come ufficialmente riconosciuti con sovranità su un territorio. In realtà, lo Sport è usato come "strumento diplomatico". Un esempio tra i più famosi è quello che veniva definito "diplomazia del Ping-Pong", e che fa riferimento alla ripresa di contatti tra USA e Cina nel 1971 attraverso un invito fatto agli atleti americani a rendersi in Cina per un confronto sportivo.

Lo stesso gioco diplomatico era entrato a far parte delle strategie di stati totalitari come

Germania Nazista, Italia Fascista, ma anche Stati che appartenevano al vecchio blocco sovietico. Nel caso dell'Italia la nazionale fascista fu affidata esplicitamente a Pozzo (ex-Alpino), affinché potesse farne non tanto una ragione di “orgoglio” patriottico, bensì una opportunità per “festeggiare la patria fascista”. In effetti la visione “campanilistica” del calcio, male si sarebbe prestata all'unione della Nazione. Ma negli anni '30, questi regimi ne colgono l'opportunità e non solo se ne servono come nuova occasione per festeggiare una nazione, ma per glorificare un regime. L'occasione diplomatica è prontamente utilizzata, quando per esempio la nazionale di calcio britannica il 14 maggio del 1938 gioca contro la nazionale tedesca a Berlino. Per compiacere Hitler, il Ministro degli affari esteri britannico chiede ai giocatori inglesi di fare il saluto nazista durante l'inno tedesco. I giocatori obbedirono diligentemente (Stoddart, 2006).

In pratica qui lo sport è utilizzato dagli Stati, in questo caso intesi come stato-nazione, come leva diplomatica, come strumento di relazione. Parliamo, quindi, di un modo di “fare diplomazia” che non è propriamente quello che abbiamo definito “geopolitica” all'inizio di questo lavoro.

L'evento internazionale sportivo è però utilizzato anche in un altro senso, quello del mega evento che permette di veicolare una certa

immagine di uno stato, di una città, di una comunità e lo sport visto come evento è da decenni utilizzato per affermare una propria “visione” di uno stato. Numerosi sono i casi in cui i Giochi Olimpici sono stati utilizzati certamente come “rilancio” di una città o di uno Stato, ma anche come vetrina dove affermare un “ruolo” politico internazionale o una visione più “attuale”.

L’evento sportivo può essere utilizzato come attrattore turistico che automaticamente, oltre a portare flussi di visitatori, stimola il territorio che lo accoglie a un rinnovamento della propria cultura e identità, ad una maggiore presa di coscienza della propria identità (Pioletti, Sport as a driver for local development and sustainable tourism, 2017). Diventa, però, anche occasione di rinnovamento dell’immagine che di una città o di un Paese si vuole offrire, anche al di là del posizionamento sul mercato come prodotto turistico. Lo è, per esempio, il caso delle Olimpiadi di Barcellona nel 1992, che furono l’occasione per la Spagna di affermarsi come Paese moderno che oramai era uscito dall’oscuro periodo franchista. Ma abbiamo anche casi più recenti come le Olimpiadi invernali di Sochi (le più costose di tutti i Giochi Olimpici, compresi quelli estivi), che servivano a offrire una nuova visione della Russia Putiniana. Stessa cosa possiamo dire delle Olimpiadi di Pechino, che avevano come ruolo quello di affermare la “nuova Cina” di Xi Jinping. In pratica, l’evento sportivo è

prima di tutto sfruttato per l'interesse che riesce a suscitare nel Mondo intero e quindi come opportunità di "comunicazione".

Per chi vi partecipa, come atleta, come Paese e/o Comunità, è però un'opportunità di affermazione identitaria. Sono, infatti, più numerosi gli "Stati" che vi partecipano di quanto non siano, invece, gli Stati sovrani riconosciuti dall'ONU e dotati di un proprio territorio. Esistere nei Giochi Olimpici, o nei campionati mondiali di calcio, o di un altro sport, significa esistere come "comunità", come gruppo umano, anche se non si è riconosciuti dalla comunità internazionale, comunque si ha una visibilità come "comunità".

Nel Calcio l'uso stesso delle cosiddette "squadre nazionali" ha una ragion d'essere che coincide con una affermazione identitaria che poco ha a che vedere con la volontà originale di internazionalizzare un gioco. In effetti, la prima partita disputata tra "nazionali" è stata fatta tra nazioni che in realtà non appartenevano a Stati diversi: Inghilterra e Scozia, nel 1872. Tutto nasceva da un'opposizione dell'associazione scozzese a una centralizzazione della associazione inglese nella definizione delle regole del gioco. Insomma, si trattava più di una disputa tra federazioni per "controllare" l'evoluzione del gioco, ancorché di una competizione tra stati-nazione (Powell, 2002). È a partire da questo

periodo che il collegamento tra squadre di calcio “nazionali” e “stato Nazione”, in un’ottica etnico-nazionale, comincia a costruirsi fino ad arrivare ad oggi, dove abbiamo 194 Stati riconosciuti dall’ONU, mentre sono 209 le squadre nazionali di calcio riconosciute dalla Federazione Internazionale di Football (FIFA). Vi sono casi notissimi, come la nazionale di calcio Palestinese, e meno noti, come le diverse nazionali di calcio dei Caraibi. In questo caso, da un punto di vista geopolitico, l’affermazione di una squadra nazionale, riconosciuta dalla stessa associazione che riconosce altri Stati-nazione, significa in qualche modo riconoscere che questa nazione, pur non avendo uno Stato, *de facto* potrebbe averne uno. Si tratta di un passo nella costruzione identitaria che farebbe coincidere una nazione a un determinato territorio. In questo caso geopolitico parliamo di rappresentazione identitaria, dove non solo si accetta il presupposto che esista una data nazione (palestinese, antillese, ecc.), ma che a questa nazione coincida quel determinato territorio. Entrambi son presupposti di enorme discutibilità (Jullien, 2016) (Lacoste, *Vive la Nation*, 1998).

Lo sport, quindi, è utilizzato come leva di creazione di spazi politico-identitari, ma anche come strumento di influenza nella politica estera. Per esempio, l’Italia ha utilizzato lo sport per strutturare la propria rete di migranti in tutto il mondo, così come ha usato lo sport per alimentare

altre relazioni di influenza, come la latinità o la mediterraneità (Sbetti, 2017 maggio-agosto). Questa forma di uso dello Sport fa generalmente riferimento a contesti politici nazionalisti forti, come abbiamo accennato, poco sopra, all'Italia Fascista che partecipa ai mondiali di calcio nei primi anni '30. Ma parliamo anche di nazionali calcistiche che diventano strumento di rappresentazione di un'ideologia, come ricordiamo la nazionale sovietica o tutte le altre squadre di regimi dittatoriali filosovietici che venivano percepite, ad ogni vittoria, come una vittoria del marxismo contro l'imperialismo (Dietschy, 2011). La rappresentazione politica che serve a "comunicare" una identità o un regime, la troviamo anche nell'atletica e in moltissime altre forme di sport (Boniface, 2014). Questo tipo di Geopolitica dello Sport è molto noto, in sintesi, ed è stata la forma di studio più diffusa, collegata molto alla politica estera e ai rapporti di forza tra attori politici che sono principalmente gli stati nazionali (Pioletti , Introduzione, 2017). Verrebbe da chiedersi chi sono gli attori politici oggi, in una fase della mondializzazione che seppur non veda scomparire gli stati nazionali (al contrario sono aumentati) veda, però, l'ingresso di attori politici internazionali che non sono "nazionali" e spesso sono anche privati, come il ruolo giocato da determinati grandi aziende. D'altronde l'origine della disputa tra nazioni calcistiche a cui abbiamo

fatto riferimento (quella tra Inghilterra e Scozia) nasceva per un antagonismo tra due associazioni per controllare l'evoluzione del gioco, delle regole che venivano definite. L'aspetto territoriale, in quel caso, era praticamente assente.

4. Sport e Geopolitica locale

Abbiamo voluto cominciare questo lavoro introducendo brevemente quello che intendevamo come geografia dello sport e poi, più precisamente, la definizione di geopolitica. Questo perché lo sport diventa strumento nelle mani di attori che si contendono un territorio, in diversissimi modi, ma questo accade, ancora una volta in geopolitica, anche e forse soprattutto alla scala locale.

Sono diverse le forme di antagonismo tra attori politici che nella scala locale vengono esaminate e, come vedremo di seguito, molte riguardano le infrastrutture, la loro collocazione, l'uso che ne viene fatto, il target a cui sono di base rivolte nonché quello che rappresentano. Questi "manufatti" diventano "paesaggio" e vengono utilizzati, direttamente o no, per modificare il territorio nonché i rapporti di forza tra attori politici, tra comunità. L'inserimento di uno stadio o di una piscina o di una pista di atletica, sono tutte affermazioni di una pratica sportiva e con essa anche di una visione della società. Per questo la

collocazione di un campo di cricket a Roma crea problemi di diversa natura e tra questi quello della stigmatizzazione come “estraneo” rispetto a un contesto culturale. Il cricket ha fatto fatica ad affermarsi tramite la popolazione immigrata dal sub-continente indiano dove è molto diffuso ma ancora oggi fatica ad ottenere gli spazi adeguati e per questo spesso deve occupare spazi verdi non adeguati sollevando malcontento (Graziani, 2019).

Il caso del cricket riguarda una pratica sportiva di una comunità “straniera”, ma che porta una contaminazione culturale: ora molti italiani hanno scoperto questo sport e lo praticano, creando quindi un nuovo bisogno. Il campo da cricket, quindi, non è più solo la richiesta di “cittadini stranieri”, ma anche di “cittadini italiani” svuotando il discorso di molti sovranisti che affermano un’idea identitaria più precisa e ferma nel tempo di quello che in realtà è.

Questo aspetto “identitario” viene toccato in modo diverso e diverse volte. Il decisore pubblico (il Sindaco, il presidente di Regione, il Governo centrale) interviene con politiche pubbliche che rispondono o dovrebbero rispondere a bisogni della popolazione. Bisogni che evolvono, come evolvono le forme identitarie nelle quali ogni individuo può riconoscersi. Le infrastrutture sportive sono un servizio di interesse generale e se lo vediamo come normale quando si tratta di campi

da calcio, da pallacanestro, da pallamano, da pallavolo, dobbiamo ricordare che tutti questi sport sono stati “importati” in un certo momento della nostra storia. In pratica una visione rigida, cristallizzata, di un’identità (qualunque) viene a scontrarsi con l’evoluzione nel tempo della società. Un primo esempio ci viene fornito dal surf e di tutto quello che è basato sullo “scivolamento”. È la pratica del surf mondializzata che ha portato a una diffusione della pratica dello *skateboard* e tutto quello che ad esso è collegato. Questa pratica sportiva, diffusasi particolarmente nel secondo dopoguerra dagli Stati Uniti all’Australia e poi all’Europa, porta con sé oltre a una pratica fisica anche una costruzione identitaria che col tempo arriverà a contaminare territori dove il surf non è praticabile, e permettendo la nascita di aziende che su quella identità costruiscono un successo planetario (Lefebvre & Roul, 2009). Concordiamo con Augustin quando afferma: “[...] queste culture sportive possono essere considerate come un attrattore d’organizzazione sociale, una pratica d’invenzione di sé, un intermediario culturale della mondializzazione e una figura organizzatrice delle società contemporanee, che si tratti delle città, delle relazioni tra città e natura e dell’organizzazione territoriale delle Regioni. Esse si organizzano in un insieme messo a sistema” (Augustin, 2011, p. 378).

Nuovi sport possono dare vita, dopo aver assunto il ruolo identitario in un gruppo sociale, ad

attori territoriali veri e propri, capaci di modellare lo spazio sociale e particolarmente, ma non solo, quello urbano. L'esempio poco sopra citato, del surf che porta alla pratica dello skateboard (e con esso a una riappropriazione del pattinaggio versione più "metropolitana"), spinge il decisore politico a modificare la geografia. Si realizzano piste non da pattinaggio, nel senso tradizionale, ma specifiche per una certa pratica dello "scivolamento": skateboard, pattinaggio, monopattino, BMX. Tutte queste pratiche, ancor prima di essere sport sono delle vere e proprie "filosofie di vita", e quindi hanno bisogno di spazi adeguati, con prodotti commerciali e produzioni di beni e servizi conseguenti. Tutto questo porta a creare degli attori politici che parteciperanno, con gli altri, al confronto per il controllo dello spazio pubblico, spesso in modo "antagonistico", e quindi producendo casistiche geopolitiche precise. Al caso del surf aggiungiamo quello del *parkour*, come anche dello *streetgolf*. Il primo ha dato, oramai, vita a identità specifiche con casi di antagonismo tra leader locali per la guida e regolamentazione di questi gruppi (Lebreton, Routier, Héas, & Bodin, 2010). Ancora più interessante, nel contributo appena citato, è il riferimento alla "sportificazione". Partendo, infatti, dal concetto di "produzione dello spazio" ludico come indicato da Lefebvre (Lefebvre H. , 1974), gli autori mostrano due casi diversi di pratiche

sportive urbane che, in un caso cercano volontariamente di istituzionalizzarsi (sportificazione) creando regole e federazioni che siano pubblicamente riconosciute, nel secondo caso (quello del parkour) addirittura si assiste, al contrario del primo, a un conflitto interno tra chi lo vorrebbe istituzionalizzare e chi invece ne teme, attraverso questa via, una sua conformizzazione, che lo denaturerebbe. In entrambi i casi queste due pratiche “invadono” lo spazio pubblico, contendendoselo con altri gruppi sociali e, istituzionalizzandosi o no, lo modellano. Entrano *de facto* a far parte della vita pubblica attraverso il rapporto con i media, con i decisori pubblici, con le aziende private che producono su misura per questo sport dando vita anche, così, ad eventuali importanti interessi economici. L’antagonismo per il controllo del territorio qui si viene a creare proprio sulla trasformazione dello spazio pubblico per questa “nuova presenza”.

5. Geopolitica locale e infrastrutture sportive

L’infrastruttura diventa la “traccia”, o il “segno”, più evidente di una data comunità locale, di una certa cultura sportiva. Aree urbane danno il nome a infrastrutture sportive, così come le infrastrutture portano a nuove identità o rafforzano vecchie identità in determinati territori. L’uso delle infrastrutture sportive è determinante nel dar forma

alle comunità a tal punto che cerchiamo di misurarlo, considerando non solo, come viene fatto molte volte, l'impatto economico finanziario ma oramai l'effetto sociale legato anche ai gruppi che usano quella data infrastruttura. Quale società, e quindi quale persone gestiscono una piscina o una pista da pattinaggio, le loro qualità personali, determineranno anche il livello di adesione del "vicinato". Quello che con precisi indicatori viene definito "gravitas", e che influenza le decisioni che gli attori politici assumono per poter attirare maggiormente i giovani a una pratica sportiva. Questo collega un certo tipo di "politiche pubbliche" alla questione del *community building* (O'Reilly, (O'Reilly, Berger, Hernandez, Parent, & Séguin, 2015) e quindi al loro impatto territoriale. Le società sportive sono oramai attori politici veri e propri, con i quali occorre confrontarsi e che aggregano popolazioni, aggregano volontari che intervengo anche in situazioni non direttamente collegate allo sport per il quale sono state istituite (Cuskelly & Wickler, 2015) e che quindi diventano risorse anche per gli attori pubblici.

Può sembrare paradossale che parliamo di "identità locale" in tema di sport quando, invece, siamo più che mai in una fase di "globalizzazione dello sport", dove club calcistici diventano prodotti commerciali planetari, e questo nonostante la maggior parte di essi abbiano nomi di città precise,

con un ancoraggio locale molto forte. Il calcio ne è l'esempio più eclatante. Squadre che sono radicate in territori locali per il loro nome, così come per il luogo in cui giocano, la cui proprietà viene oramai anche dall'altra parte del mondo.

Un caso interessante di identità locale diventata *merchandising* lo troviamo (ma non solo) nel Manchester United. La squadra inglese più titolata della storia della *Premier League*, e che per oltre cento anni era stata tenuta, come tutti i club inglesi, al di fuori del sistema di mercato, seppur le quote appartenessero a privati (la famosa *rule 34* che limitava la redistribuzione degli utili e che oramai è stata aggirata dagli anni '80) (Conn, 1997). Il caso del Manchester è particolarmente utile perché l'opposizione con l'altra squadra della città, il Manchester City, ruota proprio intorno a questo tipo di appartenenza. Tipici sono i canti degli ultrà del *City* contro lo *United* "Siete di Manchester?" o l'ancora più graffiante "siete l'orgoglio di Singapore" facendo riferimento al vastissimo seguito internazionale che Manchester United (Brown, 1998). Questa conflittualità tra "locale" e "globale", nel caso specifico del Manchester United, nasce con l'arrivo dell'americano Malcom Glazer alla proprietà della storica squadra inglese. Gli stessi supporter si opposero in tutti i modi a questo acquisto, che secondo loro avrebbe rischiato di denaturare l'identità del club, e questa contestazione continua ancora oggi, con dei tifosi

che usano lo slogan “*love d the team, hate the club*” (Porter, (Porter, 2008). L’arrivo di Glazer al Manchester United è stato visto come un’opportunità di comunicazione da parte dell’avversaria di sempre: il Manchester City. Quest’ultima ha dato vita a una campagna di comunicazione molto aggressiva con cartelloni pubblicitari che affermavano “*This is our City*” oppure cartelloni con “*Real Manchester*” sul fondo azzurro, il colore del City. È abbastanza ovvio il gioco di parole nei due casi, così come è ovvia la strategia un po’ provocatoria del club (Burrell, 2005). Nel caso del Manchester United un elemento essenziale è dato dal luogo-totem che è lo stadio: *Old Trafford*.

Moltissime squadre hanno dei loro luoghi e questo vale anche per le squadre di calcio italiane, che hanno nei loro stadi molto spesso dei simboli d’identità. Identità che deve essere trasferita altrettanto spesso ad altri luoghi, più adeguati al calcio internazionale che i diversi club devono gestire. Qui un esempio interessante ci è dato dalle due squadre torinesi, Juventus e Torino, che negli ultimi anni hanno dovuto cambiare delle “abitudini” vecchissime e radicate.

Entrambe le squadre torinesi hanno oggi un proprio stadio (l’Allianz Arena per la Juventus e il “Grande Torino” per il Torino), ma queste scelte sono state frutto di lunghe e complesse

vicissitudini, trattazioni, negoziazioni di diversa natura che molto hanno anche a che vedere con le identità e gli attori politici. Quello che una volta si chiamava Stadio comunale (in realtà nasce nel 1933 come “Stadio Benito Mussolini”) viene abbandonato per poter utilizzare il nuovo impianto del Delle Alpi. Ma quando arriverà l’occasione dei Giochi Olimpici invernali il Comunale verrà restaurato e utilizzato per le cerimonie principali. Il Comunale rischiava di essere abbandonato a vantaggio del Delle Alpi, per la Juventus, e dello stadio Filadelfia per il Torino. Opzioni poi cambiate, e alla fine la Juventus resterà al vecchio Delle Alpi (totalmente ristrutturato) e per il Torino resta la possibilità di definitivamente acquisire il vecchio Comunale. Fu a questo punto che, in una volontà di affermazione abbastanza prevedibile, si decise di cambiare il nome in “Grande Torino” in riferimento alla squadra che precipita sulla collina di Superga e che allora era vista come la squadra più forte del mondo (la tragedia accadde il 4 maggio del 1949). Questo elemento storico è più che mai parte integrante della storia del Club, della città di Torino, ma anche nello stesso quartiere in cui lo stadio è collocato. In questo caso possiamo parlare di quella che Tuan definiva *topophilia* (Tuan, 1982) e già citata anche a questo stesso riguardo da Cirillo, Dansero e Pioletti. E cioè, questa capacità di attirare, tanto da diventare anche luoghi destinazione di visita turistica, dove un determinato evento (una finale mondiale di uno

sport o altro) restano nella memoria collettiva. Ma non deve essere in questo caso semplicemente ridotto ad appannaggio del club interessato. Proprio nel caso dello Stadio “Grande Torino” vi è una targa precisa che ne ricorda l’elemento unificatore per tutta la città e per tutta l’Italia (Cirillo, Dansero , & Pioletti, 2017).

Il caso dei tre stadi calcistici torinesi mettono in luce diversi aspetti: ruolo dei club sia come protagonisti economici, sia come aggregatori della vita sociale dei quartieri o della città tutta, ma anche come decisori dell’organizzazione territoriale urbana (in tutti i casi oltre a parlare del campo di calcio, si parla anche di uffici, di centri commerciali, di attività sportive collaterali, di mobilità, di costo immobiliare e segmenti di mercato con possibili evoluzioni). Insomma, non è mai solo un sindaco o un presidente di Regione o un Governo. Entriamo cioè nel vivo della questione che i francesi chiamano *aménagement du territoire* e che chi scrive traduce come “organizzazione territoriale”.

Un caso che va esattamente in questa stessa direzione è quello dello stadio parigino inaugurato in occasione dei mondiali di Francia 1998, e cioè dello *Stade de France*: unico Stadio olimpionico in Europa ad essere proprietà del Governo centrale (rappresenta il 5% dell’intero bilancio del Ministero dello Sport). La disputa intorno alla sua

realizzazione è cominciata tra il sindaco di Parigi dell'epoca, Jacques Chirac e i sindaci dei comuni del dipartimento di Saint-Denis, all'epoca tutti comunisti (l'area nord e nord-orientale di Parigi è dal XIX secolo un'area popolare e operaia, feudo del Partito Comunista Francese: il comune di Saint-Denis ha per la prima volta un sindaco non comunista dal 2020!). All'opposto vi era un progetto che lo avrebbe voluto a Melun-Sénart, cittadina situata nel dipartimento di Seine-et-Marne. Fu qui che decise di realizzarlo il Primo Ministro Socialista Michel Rocard che in questo modo ottiene di accontentare l'amico socialista presidente dell'Unione di Comuni dove verrà realizzato e di assestare, contemporaneamente, un colpo ai "concorrenti" comunisti. Il cambio di governo con l'arrivo della destra al potere rivolterà completamente le carte e permetterà la realizzazione, nel 1995, dello *Stade de France* a Saint Denis con tutta una conseguente urbanizzazione che cambierà completamente l'area in cui vi si trova. Ma questo Stadio non avrà pace perché troppo costoso per qualsiasi club francese e il Paris-Saint-Germain si rifiuterà di trasferirvi. Non lo vorrà la potente Federazione Francese di Rugby che lo usa ancora ma non ne fa certo la sua base principale. La stessa Federazione di Atletica svolge il suo *meeting* annuale nello stadio di Charlety. Gli ultrà del Paris Saint-Germain hanno sempre manifestato tutte le contrarietà possibili a far giocare in quello stadio la propria squadra,

preferendo sia per questioni storiche che per questioni di contesto il *Parc des Princes* che si trova nel ricco e altoborghese 16° *arrondissement* di Parigi. L'area di Saint Denis oltre ad essere tradizionalmente operaia è anche area dove si è concentrata dal secondo dopoguerra buona parte della popolazione immigrata dalle ex-colonie.

Conclusioni

Se il rapporto tra geografia e sport è da decenni molto chiaro e articolato, abbiamo visto che quello tra geopolitica e sport, particolarmente in Italia, è stata condizionata dal fraintendere come geopolitica le questioni internazionali. Gli antagonismi tra attori si fondano sul controllo dell'evoluzione di un territorio: quale evoluzione? Come impedire evoluzioni considerate "ostili"? Lo sport come pratica sociale, culturale, è utilissimo sia per analizzare l'evoluzione di una società sia per poter su di essa intervenire e per questo motivo negli ultimi decenni è sempre più preso in considerazione da parte dei decisori pubblici. Le infrastrutture sportive non sono solo un servizio che risponde ad una domanda ma sono un vero e proprio strumento di intervento sulla società, dandole una forma anziché un'altra. Da qui gli antagonismi e da qui l'interesse del metodo della geopolitica per comprendere situazioni legate allo

sport. In tutte le scale, quella nazionale fino a quella di quartiere, lo sport è un modo di dare forma a gruppi di potere, gruppi sociali con determinate identità, strumento per includere ma anche per escludere da un territorio determinate comunità, determinate culture e rappresentazioni. In pratica lo sport si conferma un campo di studio fondamentale per la geopolitica.

Bibliografia

- Augustin, J.-P. (2011, Luglio-Agosto). Qu'est-ce que le sport? Cultures sportives et géographie. *Annales de Géographie*, 361-382.
- Bale, J. (1981, april). Geography, Sport and Geographical Education. *Geography*, 66(2), 104-115.
- Bettoni, G. (2012). *Geografia e geopolitica interna. Dall'organizzazione territoriale alla sindrome di Nimby*. Milano: Francoo Angeli.
- Boniface, P. (2014). *Géopolitique du Sport*. Parigi: Armand Colin.
- Brown, A. (1998). *Fanatics: Power, Identity and Fandom in Football*. Londra : Routledge.
- Burrell, I. (2005, settembre 26). Are you local? City takes on United's 'foreign legion'. *The Independent*. Tratto da <https://www.independent.co.uk/news/media/are-you-local-city-takes-on-uniteds-foreign-legion-5348068.html>
- Cirillo, D., Dansero , E., & Pioletti, A. M. (2017, maggio-agosto). La Geografia simbolica dello sport: spazi e luoghi. *Geotema*(54), 7-14.

- Conn, D. (1997). *The Football Business: The Modern Football Classic*. Edinburgo: Mainstream sport.
- Cuskelly, G., & Wickler, P. (2015, febbraio). Resource utilisation and power relations of community sport clubs in the aftermath of natural disasters. *Sport Management Review*, 18(4). doi:10.1016/j.smr.2015.01.002
- Dietschy, P. (2011). Les avatars de l'équipe nationale. Football, nation et politique depuis la fin du 19e siècle. *Vingtième Siècle*, 111(3), 35-47. doi:<https://doi.org/10.3917/vin.111.0035>
- Graziani, M. R. (2019, maggio 16). *Roma, a Villa Pamphili spunta un campo da cricket con moquette e chiodi scoperti*. Tratto da DIRE. Agenzia di stampa Nazionale: <https://www.dire.it/16-05-2019/332948-roma-a-villa-pamphili-spunta-un-campo-cricket-con-moquette-e-chiodi-scoperti/>
- Jullien, F. (2016). *Il n'y a pas d'identité culturelle*. Parigi: L'Herne.
- Lacoste, Y. (1993). *Dictionnaire de Géopolitique*. Paris: Flammarion.
- Lacoste, Y. (1998). *Vive la Nation*. Parigi: Fayard.

- Lebreton, F., Routier, G., Héas, S., & Bodin, D. (2010, Agosto). Cultures urbaines et activités physiques et sportives. La « sportification » du parkour et du street golf comme médiation culturelle. *Canadian Review of Sociology*, 47(3), 293-317. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1755-618X.2010.01239.x>
- Lefebvre, H. (1974). *La Production de l'espace*. Parigi: Anthropos.
- Lefebvre, S., & Roult, R. (2009, settembre 1). Les nouveaux territoires du surf dans la ville. *Téoros*, 28(2), 55-62. Tratto da <http://journals.openedition.org/teoros/455>
- Loyer, B. (2019). *Géopolitique. Méthodes et concepts*. Parigi: Armand Colin.
- O'Reilly, N., Berger, I., Hernandez, T., Parent, M., & Séguin, B. (2015, maggio). Urban sportscapes: An environmental deterministic perspective on the management of youth sport participation. *Sport Management Review*, 18(2), 291-307. doi:<https://doi.org/10.1016/j.smr.2014.07.003>
- Pioletti , A. M. (2017). Introduzione. *Geotema*, 54, 5-6.

- Pioletti, A. M. (2017, maggio 25). Sport as a driver for local development and sustainable tourism. *Animation, territoires et pratiques socioculturelles*, p. 30-46.
- Porter, C. (2008). Manchester United, global capitalism and local resistance. *Belgeo*, 181-192.
doi:<https://doi.org/10.4000/belgeo.10271>
- Powell, D. (2002). *Nationhood and Identity : The British State since 1800*. Londra: I.B. Tauris.
- Sbetti, N. (2017 maggio-agosto, maggio-agosto). Sport e geopolitica. Il caso dell'Italia nel secondo dopoguerra (1945-1955). (A. M. Pioletti, A cura di) *Geotema*, 139-144(54).
- Stoddart, B. (2006). Sport, Cultural Politics and International Relations: England versus Germany, 1935. *Soccer & Society*, 7(1), 29-50.
- Subra, P. (2016). *Géopolitique Locale. Territoire, Acteurs, conflits*. Paris: Armand Colin.
- Tuan, Y.-F. (1982). *Segmented worlds and self. Group life and individual consciousness*. . Minneapolis: University of Minnesota Press.