EURO MED

ASSOCIAZIONE EUROPA MEDITERRANEO ETS

Lo sport come strumento di *Public Diplomacy* in America Latina

RAPPORTO DI RICERCA



APRILE 2026

Indice

Capitolo 1. Introduzione **4**
1.1 Contesto e quadro generale 4
1.2 Rilevanza dello sport nella diplomazia contemporanea 5
1.3 Obiettivi della ricerca 5
1.4 Metodologia e fonti utilizzate 6

Capitolo 2. Diplomazia pubblica e soft power: fondamenti teorici e approcci contemporanei **7**
2.1 Introduzione teorica 7
2.2 Il potere morbido e la sua evoluzione concettuale 8
2.3 Realismo, liberalismo e la nascita del costruttivismo 10
2.4 Diplomazia pubblica, comunicazione e branding internazionale 12
2.5 Cittadinanza, diaspora e principio dello ius sanguinis 14
2.6 "Marca Italia": identità, tradizione e modernità 18
2.7 Lo sport come strumento contemporaneo di diplomazia pubblica 22
2.8 Sintesi del capitolo 24

Capitolo 3. Sport e diplomazia: un quadro internazionale **26**
3.1 Introduzione concettuale: lo sport come fenomeno politico globale 26
3.2 Diplomazia sportiva indiretta e storica 26
3.3 Organizzazioni internazionali e sportive come attori di diplomazia pubblica 33
3.4 Dimensione contemporanea: lo sport come soft power nel XXI secolo 36
3.5 Dimensione critica: rischi, limiti e tensioni della diplomazia sportiva 38
3.6 Sintesi del capitolo 39

Capitolo 4. America Latina: cultura sportiva e proiezione internazionale **41**
4.1 Lo sport come componente dell'identità regionale 41
4.2 Sport, coesione sociale e disuguaglianza in America Latina 42
4.3 L'America Latina nella diplomazia sportiva globale 43
4.4 Vincoli storici e culturali tra Italia e America Latina 44
4.5 Sport, diaspora e opportunità per la diplomazia italiana 45

Capitolo 5. Studi di caso di diplomazia sportiva in America Latina **47**
5.1 Argentina: il calcio come vettore di proiezione internazionale e diplomazia informale 47
5.2 Brasile: megaeventi e cooperazione sportiva come strategia di proiezione internazionale 49
5.3 Venezuela: baseball, calcio e diplomazia sportiva in un contesto di isolamento 50
5.4 Cuba: sport, ideologia e prestigio internazionale 51
5.5 Messico: sport, globalizzazione e vicinanza con gli Stati Uniti 52
5.6 Elementi comuni e differenze nei modelli latinoamericani 53

Capitolo 6. Italia e America Latina: relazioni bilaterali e dialogo culturale **55**
6.1 Panorama delle relazioni bilaterali esistenti: cooperazione, diaspora e cultura 55
6.2 Istituti italiani di cultura, università e legami con le comunità italiane 56
6.3 Progetti sportivi italo-latinoamericani esistenti 58
6.4 Indicatori quantitativi della relazione italo-latinoamericana 60
6.5 Programmi di cooperazione sportiva Italia–America Latina attualmente vigenti 63

Capitolo 7. Il potenziale dell'Italia nella diplomazia sportiva in America Latina **65**
7.1 Lo sport italiano come strumento di proiezione culturale 65
7.2 Sport e "turismo delle radici": coinvolgere le comunità italo-discendenti 66
7.3 Collaborazioni tra federazioni sportive, istituzioni culturali e ONG 68
7.4 Limiti strutturali e sfide della strategia italiana 69
7.5 Opportunità future: verso una diplomazia sportiva integrata 71
7.6 Considerazioni conclusive 72

Capitolo 8. Proposte e modelli operativi **75**

8.1 Linee strategiche per una diplomazia sportiva italiana in America Latina 75
8.2 Proposta A – Programma Italia–America Latina di diplomazia sportiva..... 75
8.3 Proposta B – Integrazione tra sport e internazionalizzazione economica 78
8.4 Proposta C – Rete di nodi sportivi italo-latinoamericani 80
8.5 Proposta D – Osservatorio Italia–America Latina di diplomazia sportiva..... 82
8.6 Dimensione tecnica e professionale 84

Capitolo 9. Analisi critica e prospettive future..... 85
9.1 Valutazione critica dell'approccio italiano alla diplomazia sportiva 85
9.2 Opportunità strategiche per l'Italia in America Latina..... 86
9.3 Rischi e limitazioni della diplomazia sportiva 87
9.4 Prospettive future per una maggiore efficacia della strategia italiana di diplomazia sportiva in America Latina..... 88

Capitolo 10. Conclusioni..... 91

Bibliografia 93

Capitolo 1. Introduzione

1.1 Contesto e quadro generale

Lo sport ha acquisito negli ultimi decenni un posto sempre più rilevante all'interno delle strategie di inserimento internazionale degli Stati, consolidandosi come uno strumento efficace di diplomazia pubblica. In un contesto globale caratterizzato da crescenti tensioni geopolitiche, trasformazioni nell'ordine internazionale e dalla necessità di costruire legami oltre i canali tradizionali, lo sport emerge come uno strumento capace di generare vicinanza, visibilità e legittimità. La sua capacità di mobilitare un pubblico di massa, trasmettere valori e facilitare il contatto diretto tra società lo posiziona come una risorsa strategica all'interno del repertorio contemporaneo del soft power.

In questo quadro, l'America Latina si presenta come uno spazio particolarmente significativo per analizzare queste dinamiche. La regione combina una profonda tradizione sportiva, specialmente attorno al calcio, con una struttura sociale e politica attraversata da disuguaglianze, sfide istituzionali e processi di cambiamento. Allo stesso tempo, i vincoli storici, culturali e migratori con l'Europa, e in particolare con l'Italia, configurano un terreno fertile per lo sviluppo di iniziative di cooperazione basate sullo sport. Questo lavoro si inserisce in quell'intersezione, con l'intento di offrire uno sguardo che integri teoria, evidenza empirica e proiezione strategica.

Allo stesso modo, l'analisi si colloca in un contesto di crescente rilevanza degli accordi biregionali, particolarmente l'Accordo di Associazione tra l'Unione Europea e il Mercosur. Al di là della sua dimensione commerciale, tale accordo incorpora una componente politica e di cooperazione che riconosce esplicitamente il valore dello sport come strumento per promuovere la comprensione reciproca e i contatti interpersonali. In questo senso, lo sport non appare solo come un fenomeno culturale, ma anche come una componente istituzionalizzata all'interno delle relazioni internazionali contemporanee, il che rafforza la pertinenza del presente studio.

In virtù di questo ancoraggio politico e di cooperazione si aprono nuove opportunità in ambiti come l'educazione, la cultura e lo sport. In particolare, il comma 8.16.3 dell'Accordo stabilisce che "le Parti promuoveranno i contatti interpersonali e la comprensione reciproca attraverso la cooperazione negli ambiti dell'educazione, della gioventù e dello sport", includendo il sostegno alla mobilità accademica e allo sviluppo di capacità. Questo riconoscimento esplicito rafforza il ruolo dello sport come strumento di collegamento internazionale e lo posiziona come un asse potenziale all'interno delle relazioni tra Europa e America Latina.

In questo quadro, l'America Latina presenta una realtà eterogenea, caratterizzata da sfide strutturali persistenti come la disuguaglianza socioeconomica, l'informalità lavorativa, la volatilità macroeconomica e, in alcuni casi, la fragilità istituzionale. Tuttavia, la regione dispone anche di risorse culturali e sociali di grande rilevanza, tra i quali si distingue una forte identità sportiva. Lo sport, e in particolare il calcio, costituisce un elemento centrale di coesione sociale, costruzione identitaria e proiezione internazionale, funzionando come un linguaggio comune che trascende frontiere e differenze interne.

1.2 Rilevanza dello sport nella diplomazia contemporanea

Nel contesto delle relazioni internazionali contemporanee, lo sport si è consolidato come uno strumento privilegiato di diplomazia pubblica grazie alla sua capacità di generare capitale simbolico, proiettare valori e costruire narrative positive a livello globale. A differenza degli strumenti tradizionali della politica estera, lo sport permette di stabilire canali di interazione più diretti, meno conflittuali e, in molti casi, più efficaci per incidere su percezioni, opinioni pubbliche e attori non statali.

In questo senso, lo sport si inserisce all'interno della logica del soft power, in quanto meccanismo basato sull'attrazione, la persuasione e la legittimità. Attraverso eventi sportivi, scambi istituzionali, programmi di formazione e la proiezione internazionale di atleti e organizzazioni, gli Stati possono rafforzare la loro immagine, ampliare la loro presenza internazionale e consolidare legami duraturi. Allo stesso modo, il carattere trasversale dello sport, che articola dimensioni culturali, educative, sociali ed economiche, lo rende uno strumento versatile all'interno di strategie più ampie di diplomazia pubblica.

In questo modo, la diplomazia sportiva non rappresenta soltanto un'alternativa complementare agli strumenti tradizionali, ma in determinati contesti può risultare meno rischiosa e più efficace, specialmente in scenari dove esistono tensioni politiche o limitazioni nei canali formali di dialogo. La sua capacità di generare spazi di incontro e cooperazione lo posiziona come una risorsa strategica in un sistema internazionale sempre più complesso e interdipendente.

1.3 Obiettivi della ricerca

L'obiettivo generale di questa ricerca è analizzare lo sport come strumento di diplomazia pubblica in America Latina, valutando il suo potenziale per rafforzare le relazioni bilaterali tra l'Italia e i Paesi della regione.

La domanda centrale che guida il lavoro è: in quale misura lo sport può costituirsi come uno strumento efficace di soft power per l'Italia in America Latina, nel quadro delle dinamiche contemporanee della diplomazia pubblica?

A partire da questo interrogativo, si pongono i seguenti obiettivi specifici:

- Analizzare il quadro concettuale della diplomazia pubblica e del soft power, con particolare enfasi sul ruolo dello sport.
- Caratterizzare il contesto politico, sociale e culturale dell'America Latina in relazione allo sport come fenomeno identitario e strumento di proiezione internazionale.
- Esaminare casi rilevanti di diplomazia sportiva a livello globale e regionale.
- Valutare lo stato attuale delle relazioni tra Italia e America Latina in materia culturale e sportiva.
- Identificare opportunità, limitazioni e possibili linee d'azione per lo sviluppo di una strategia italiana di diplomazia sportiva nella regione.

1.4 Metodologia e fonti utilizzate

Il presente lavoro si basa su un approccio qualitativo, sostenuto dall'analisi documentale e dalla revisione della letteratura specializzata in diplomazia pubblica, soft power e sport come strumento di politica internazionale. Sono state utilizzate fonti accademiche, documenti ufficiali, rapporti di organismi internazionali, così come studi di caso rilevanti a livello globale e regionale.

Allo stesso modo, sono state incorporate fonti primarie e secondarie, incluse note giornalistiche, report istituzionali e materiali di organismi collegati allo sport e alla cooperazione internazionale. La combinazione di questi input permette di costruire un'analisi completa che integra prospettive teoriche ed evidenza empirica.

Tutte le fonti utilizzate sono debitamente indicate nella sezione dei riferimenti bibliografici, garantendo la tracciabilità e il sostegno accademico del presente rapporto.

Capitolo 2. Diplomazia pubblica e soft power: fondamenti teorici e approcci contemporanei

2.1 Introduzione teorica

2.1.1 Definizione di diplomazia pubblica

La diplomazia pubblica può essere definita, in termini generali, come l'insieme delle attività attraverso le quali uno Stato cerca di influenzare l'opinione pubblica e gli attori sociali di altri Paesi, promuovendo la propria cultura, i propri valori e interessi, con l'obiettivo di costruire reputazione, credibilità e legittimità internazionale. A differenza della diplomazia tradizionale, centrata sull'interazione tra governi e apparati statali, la diplomazia pubblica si focalizza su pubblici ampi e diversificati, come i cittadini, i mezzi di comunicazione e le diaspore. A sua volta, impiega strumenti comunicativi e culturali che vanno oltre la negoziazione di alto livello (Melissen, 2005). In questo senso, si tratta di una pratica che articola politiche culturali, educative, comunicative e di cooperazione, riconoscendo l'importanza delle percezioni e della costruzione narrativa dell'identità nazionale in un contesto globale interdipendente (Cull, 2009; Zaharna, 2010).

Sul piano concettuale, la diplomazia pubblica si è consolidata come un campo che integra prospettive delle relazioni internazionali, degli studi sulla comunicazione e del *nation branding*. L'attenzione è posta sul fatto che le preferenze e le credenze del pubblico straniero possano essere modellate da processi di attrazione simbolica e di costruzione della fiducia, il che ha una stretta relazione con la nozione di soft power (Nye, 2004, 2019). Lo sviluppo efficace della diplomazia pubblica favorisce contesti propizi alla cooperazione, al commercio, al turismo, agli investimenti e all'interlocuzione politica.

2.1.2 Differenze con la diplomazia tradizionale

La distinzione centrale con la diplomazia "classica" si trova nel soggetto, nel destinatario e nel metodo dell'interazione.

La diplomazia tradizionale è prevalentemente un rapporto tra Stati e si sviluppa in formati istituzionali, come ad esempio attraverso le ambasciate. Al contrario, la diplomazia pubblica coinvolge molteplici attori non governativi, come ONG, università, mezzi di comunicazione, federazioni sportive, imprese culturali, e l'attenzione è rivolta all'opinione pubblica, alle comunità professionali, alle minoranze e ai giovani.

Per raggiungere questi destinatari, la diplomazia pubblica utilizza come strumenti il linguaggio e le piattaforme culturali e comunicative (Melissen, 2005). Inoltre, laddove la diplomazia tradizionale privilegia la negoziazione formale, la diplomazia pubblica enfatizza l'apertura, la conversazione e la relazione a lungo termine, incorporando la logica dell'ascolto attivo, dello scambio e della co-creazione simbolica (Cull, 2009). Questa differenza metodologica fa sì che la valutazione dei risultati richieda tempi più lunghi associati alle variazioni di immagine, fiducia, affinità e legittimità percepita.

2.1.3 Evoluzione del concetto dalla Guerra Fredda all'era digitale

Storicamente, la diplomazia pubblica nacque come campo operativo durante la Guerra Fredda, in gran parte associata alle strategie informative e culturali degli Stati Uniti e dell'Unione Sovietica, come trasmissioni internazionali, biblioteche e tournée culturali (Cull, 2009). Con la fine della Guerra Fredda, l'espansione della globalizzazione, la moltiplicazione degli attori transnazionali e la convergenza comunicativa diedero luogo alla cosiddetta "nuova diplomazia pubblica", che sposta l'attenzione dalla propaganda e dalla comunicazione unidirezionale verso modelli relazionali e collaborativi (Melissen, 2005). Questa evoluzione enfatizza il valore della credibilità e della coerenza tra discorso e pratica: la reputazione è una risorsa cumulativa e fragile, e il soft power dipende dalla percezione esterna della cultura, dei valori politici e delle politiche pubbliche dell'emittente (Nye, 2004, 2019).

L'era digitale ha riconfigurato radicalmente questo panorama. L'iperconnettività, la mediatizzazione algoritmica e la comunicazione in tempo reale hanno ampliato la portata e la velocità della diplomazia pubblica, ma anche la sua vulnerabilità di fronte alla disinformazione, alla polarizzazione e all'"erosione dell'autorità" delle fonti tradizionali (Zaharna, 2010). In questo contesto, la diplomazia pubblica digitale integra strumenti multimediali, social network e strategie di coinvolgimento con comunità specifiche, richiedendo capacità di ascolto sociale, analisi dei dati e gestione narrativa coerente su molteplici piattaforme. La competizione per l'attenzione e la fiducia rende cruciale l'allineamento tra l'identità nazionale proiettata e le pratiche domestiche osservabili, poiché le incongruenze penalizzano la credibilità del soft power (Nye, 2019).

2.2 Il potere morbido e la sua evoluzione concettuale

Il concetto di potere morbido (soft power) fu introdotto da Joseph S. Nye Jr. alla fine degli anni ottanta, nel quadro di un dibattito sulle trasformazioni del potere nel sistema internazionale successivo alla Guerra Fredda. Nye (1990) sostenne che, in un mondo caratterizzato dall'interdipendenza complessa e dalla crescente rilevanza degli attori non statali, il potere dovesse essere inteso non solo come capacità coercitiva o economica, ma anche come capacità di attrazione e persuasione. Questa nozione di potere metteva in discussione la primazia del potere duro, della forza militare e degli incentivi economici, e proponeva uno spostamento verso forme simboliche, normative e comunicative di influenza.

Nella sua opera *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Nye (2004) definisce il potere morbido come "la capacità di ottenere ciò che si desidera mediante l'attrazione invece della coercizione o del pagamento". Secondo l'autore, il potere di uno Stato si compone di tre dimensioni interrelate: la coercizione (hard power), gli incentivi materiali (economic power) e l'attrazione culturale e ideazionale (soft power). L'efficacia del potere morbido risiede nella capacità di un Paese di generare affinità e legittimità davanti ai pubblici stranieri, in modo che i suoi obiettivi siano percepiti come desiderabili o moralmente coerenti.

Nye (2011) identifica tre fonti principali di potere morbido:

1. La cultura, in quanto portatrice di valori e simboli che risultano attraenti per gli altri.

2. I valori politici, quando sono percepiti come legittimi e universali (democrazia, diritti umani, stato di diritto).
3. La politica estera, quando è considerata morale e coerente con i principi proclamati.

Queste dimensioni configurano una forma di potere basata sulla credibilità, sulla coerenza e sulla reputazione internazionale. In altre parole, il potere morbido non si impone: si costruisce socialmente nel riconoscimento altrui.

A differenza del potere duro, che agisce sul comportamento attraverso la pressione o la ricompensa, il potere morbido opera sulle preferenze e sulle percezioni degli attori. Questa distinzione lo avvicina al terreno della comunicazione strategica e delle teorie costruttiviste delle relazioni internazionali, dove le idee, le identità e le norme svolgono un ruolo centrale nella definizione dell'interesse nazionale (Wendt, 1999; Finnemore, 1996). Nye anticipò, infatti, che la competizione globale nel XXI secolo sarebbe stata tanto una lotta per risorse materiali quanto una "competizione per la credibilità" (Nye, 2004).

Da questa prospettiva, la diplomazia pubblica costituisce uno dei principali strumenti del potere morbido, poiché permette agli Stati di proiettare la loro cultura, i loro valori e le loro narrative nell'ambito internazionale. Cull (2009) spiega che la diplomazia pubblica traduce il potere morbido in strategie istituzionali, articolando comunicazione, educazione e cultura come assi di attrazione. Allo stesso modo, Melissen (2005) sostiene che il potere morbido diventa efficace solo quando viene combinato con un approccio relazionale: ascoltare, interagire e co-creare significati con i pubblici stranieri.

L'emergere del potere morbido come categoria analitica implicò un cambiamento di paradigma. Durante la Guerra Fredda, le relazioni internazionali furono dominate dal realismo e dalla sua enfasi sulla coercizione; tuttavia, la globalizzazione, l'espansione mediatica e l'interdipendenza economica ridussero l'efficacia del potere duro come strumento esclusivo. Nye (2004) argomentò che le democrazie moderne necessitavano di "attrarre tanto quanto imporre", utilizzando la cultura popolare, i valori democratici e le politiche inclusive come risorse di legittimità.

Nel caso dei Paesi europei e latinoamericani, il potere morbido acquisì particolare rilevanza per la sua capacità di compensare limitazioni materiali mediante il capitale simbolico e culturale.

L'Italia, in particolare, ha utilizzato storicamente il suo patrimonio artistico, la sua gastronomia, il suo design e il suo sport come veicoli di proiezione internazionale, consolidando un modello di influenza fondato sull'attrazione culturale più che nella coercizione politica o economica. Questo tipo di strategie si collega con il concetto di *nation branding* e con le politiche di diplomazia culturale che cercano di trasmettere un'immagine positiva e coerente del Paese all'estero (Dinnie, 2015).

In sintesi, il potere morbido ridefinisce la logica del potere internazionale, spostando l'attenzione dall'imposizione verso la persuasione e il consenso. La sua efficacia dipende non solo dalle risorse simboliche disponibili, ma dalla credibilità dell'emittente, dalla coerenza tra discorso e azione e dalla capacità narrativa di connettersi emotivamente e culturalmente con i pubblici internazionali.

2.3 Realismo, liberalismo e la nascita del costruttivismo

Lo studio della diplomazia pubblica e del potere morbido si inserisce all'interno di un dibattito più ampio sulle teorie delle Relazioni Internazionali. Comprendere la sua evoluzione richiede di rivedere brevemente le tradizioni del realismo e del liberalismo, che dominarono la disciplina durante gran parte del XX secolo, prima dell'irruzione del costruttivismo come paradigma alternativo.

2.3.1 Realismo e neorealismo

Il realismo classico, rappresentato da autori come Hans Morgenthau (1948), parte dalla premessa che il sistema internazionale sia anarchico, cioè privo di un'autorità centrale capace di imporre norme o garantire sicurezza. In questo contesto, gli Stati agiscono guidati dall'interesse nazionale definito in termini di potere. La diplomazia, da questa visione, si concepisce come uno strumento di sopravvivenza ed equilibrio tra potenze. La morale, la cooperazione o la cultura occupano un posto secondario di fronte alla ricerca razionale di vantaggi strategici.

Con la nascita del neorealismo, Kenneth Waltz (1979) riformulò questi postulati in chiave strutturale. Per Waltz, la distribuzione del potere, intesa come la capacità materiale di coercizione e difesa, determina il comportamento degli Stati. Le istituzioni internazionali o le dinamiche sociali hanno un ruolo marginale, dato che non alterano la logica competitiva derivata dall'anarchia. Di conseguenza, la diplomazia pubblica o il potere morbido difficilmente avrebbero rilevanza analitica all'interno del quadro realistico, poiché la forza e la deterrenza sarebbero i mezzi legittimi di influenza.

2.3.2 Liberalismo: cooperazione e complessità

Il liberalismo, da parte sua, offre una lettura più ottimista sulle possibilità di cooperazione internazionale. Da Immanuel Kant fino alle teorie istituzionaliste contemporanee, il liberalismo sostiene che gli Stati possano coordinarsi mediante regole, istituzioni e regimi che riducano l'incertezza e i costi del conflitto. Gli autori Robert Keohane e Joseph Nye (1977) svilupparono la teoria dell'interdipendenza complessa, segnalando che le relazioni internazionali contemporanee non si limitano alla sfera militare, ma includono legami economici, sociali, tecnologici e comunicativi.

In questo contesto, la diplomazia smette di essere monopolio statale e si apre a una pluralità di attori, come organizzazioni internazionali, imprese, ONG, università, che interagiscono attraverso reti transnazionali. L'interdipendenza crea tanto vulnerabilità quanto opportunità: nessuno Stato può raggiungere i propri obiettivi senza considerare la cooperazione. Questo approccio aprì la strada al riconoscimento della rilevanza delle percezioni, delle norme e dei valori come fattori che influenzano la condotta statale.

2.3.3 La nascita del costruttivismo

Alla fine del XX secolo, il costruttivismo emerse come una corrente critica di fronte al determinismo materialista del realismo e al razionalismo del liberalismo. La sua premessa

fondamentale è che la realtà internazionale non sia data oggettivamente, ma venga costruita socialmente attraverso interazioni, significati condivisi e norme collettive (Wendt, 1999).

Alexander Wendt sintetizzò questa posizione affermando che "l'anarchia è ciò che gli Stati fanno di essa" (Wendt, 1992). Con questa affermazione, spostò il focus dalle capacità materiali alle identità e rappresentazioni: gli Stati non agiscono solo in funzione di interessi oggettivi, ma delle idee che possiedono su sé stessi e sugli altri. La cultura, le credenze e le norme modellano, pertanto, la struttura stessa del sistema internazionale.

Martha Finnemore (1996) ampliò questo approccio mostrando come le organizzazioni internazionali diffondano norme che ridefiniscono gli interessi statali, per esempio, in materia di diritti umani, ambiente o sviluppo. Jeffrey T. Checkel (1999) approfondì i processi di internalizzazione normativa, cioè come le idee globali vengano adottate dagli attori domestici attraverso meccanismi di socializzazione.

Da questa prospettiva, la diplomazia pubblica e il potere morbido vengono reinterpretati come pratiche di costruzione sociale dell'influenza: uno Stato esercita potere non solo mediante la coercizione, ma anche configurando i significati che gli altri attribuiscono al suo comportamento. L'attrazione culturale, la legittimità morale o la reputazione positiva diventano risorse che modellano percezioni e preferenze.

Il costruttivismo, pertanto, offre una base teorica più robusta per comprendere il potere morbido, collocandolo all'interno di una logica simbolica e relazionale. Come sostiene Katzenstein (1996), l'identità nazionale e le norme sociali sono componenti strutturali del sistema internazionale, non semplici epifenomeni. Il potere si esprime allora anche come capacità di definire la realtà, di fissare i quadri interpretativi che orientano l'azione di altri attori.

2.3.4 Cultura, identità e potere simbolico

Sotto questo quadro costruttivista, la cultura acquisisce un valore strategico. Non si tratta unicamente di un patrimonio o di un insieme di manifestazioni artistiche, ma di un repertorio di significati condivisi che influenzano la percezione esterna di un Paese. La diplomazia pubblica agisce precisamente su quel terreno simbolico, articolando narrative, immagini e valori per proiettare un'identità coerente e attraente.

Il potere simbolico, concetto sviluppato da Pierre Bourdieu (1991), emerge come una nozione complementare: si riferisce alla capacità di imporre una visione legittima del mondo che gli altri accettano come naturale. Nell'ambito internazionale, questa capacità si traduce in prestigio, leadership morale e autorità culturale. In questo modo, il potere morbido si ancora nell'interazione tra identità, discorso e riconoscimento.

Per l'Italia, il cui capitale di influenza proviene più dalla sua eredità culturale, migratoria e sportiva che dal suo peso geopolitico, il costruttivismo offre una chiave interpretativa centrale. Le comunità italiane all'estero, la lingua, l'arte, la gastronomia o lo sport funzionano come vettori identitari che sostengono la proiezione dell'italianità e rafforzano la legittimità del Paese nei contesti internazionali, specialmente in America Latina.

In sintesi, mentre il realismo privilegia la forza, e il liberalismo enfatizza le istituzioni, il costruttivismo introduce la dimensione ideazionale del potere: il modo in cui i significati, le

norme e i valori configurano l'azione internazionale. Questa prospettiva permette di comprendere il potere morbido come un processo di costruzione simbolica della legittimità, dove la diplomazia pubblica, e particolarmente la diplomazia sportiva, agiscono come strumenti chiave di interazione e riconoscimento reciproco.

2.4 Diplomazia pubblica, comunicazione e branding internazionale

La comunicazione costituisce l'asse strutturale del potere morbido e della diplomazia pubblica contemporanea. In un ambiente globale iperconnesso, dove l'informazione circola in maniera istantanea e le percezioni modellano tanto la reputazione quanto la legittimità degli Stati, la gestione strategica della comunicazione si è trasformata in uno strumento centrale di politica estera. La diplomazia pubblica non si limita più alla diffusione di messaggi o alla promozione culturale, ma implica la costruzione deliberata di una relazione narrativa con i pubblici stranieri (Zaharna, 2010).

La nozione di comunicazione strategica in questo campo si appoggia su tre pilastri: la credibilità, la coerenza e la continuità (Cull, 2009). La credibilità perché il destinatario giudica la veridicità e la consistenza dei messaggi; la coerenza perché la comunicazione deve riflettere le pratiche reali dello Stato emittente; e la continuità perché il vincolo diplomatico si consolida nel tempo mediante interazioni sostenute e reciproche. In questo modo, il potere morbido smette di essere una qualità statica e passa a concepirsi come un processo comunicativo dinamico, dipendente dalla percezione e dalla fiducia.

Nella transizione verso la "nuova diplomazia pubblica", Melissen (2005) identifica un cambiamento paradigmatico: la diplomazia pubblica del XXI secolo abbandona il modello unidirezionale della propaganda e adotta un approccio relazionale basato sulla reciprocità e sull'interazione. Gli Stati non si rivolgono più a un "pubblico", ma dialogano con comunità. Questa concezione suppone il riconoscimento dell'autonomia e dell'agency dei destinatari, così come la necessità di generare valore simbolico condiviso.

In questo quadro, la diplomazia pubblica diventa uno spazio ibrido che combina comunicazione strategica, cultura e gestione dell'identità nazionale. I mezzi di comunicazione, le industrie creative e le piattaforme digitali sono oggi canali decisivi per diffondere narrative e valori, ma anche per ascoltare, rispondere e co-creare significati.

Nella pratica, questo cambiamento ha portato le cancellerie ad adottare strutture di comunicazione professionalizzate e a sviluppare strategie integrate di marca paese o *nation branding*. Quest'ultimo concetto, introdotto da Simon Anholt (2007), si riferisce all'applicazione di tecniche di gestione della marca e della reputazione all'ambito nazionale. Non implica ridurre l'identità di un Paese a un prodotto commerciale, ma gestire la sua immagine pubblica globale a partire da narrative coerenti e distintive. Keith Dinnie (2015) integra questa visione sottolineando che la marca paese non si "crea", ma si scopre e si articola a partire dai valori culturali, storici e sociali di ogni nazione.

La diplomazia pubblica e il *nation branding* condividono uno stesso obiettivo: generare fiducia e affinità. Mentre la prima si sviluppa nella sfera politica e culturale, la seconda si orienta verso la comunicazione strategica, il turismo, gli investimenti o le esportazioni. Tuttavia, entrambe

convergono nel riconoscimento che l'immagine internazionale di un Paese è un bene intangibile di potere. Secondo Anholt (2010), la reputazione nazionale agisce come una "moneta simbolica" che influenza il modo in cui altri attori interpretano il suo comportamento.

Diversi Paesi hanno implementato strategie di marca nazionale che combinano diplomazia pubblica e comunicazione culturale. Il Giappone, per esempio, ha promosso il programma *Cool Japan* per diffondere la sua cultura pop, la gastronomia e la tecnologia come elementi di attrattiva globale. La Spagna ha promosso *Marca España* come ombrello istituzionale per riposizionare la sua immagine dopo la crisi del 2008, integrando diplomazia culturale, turismo e proiezione economica. In entrambi i casi, la narrativa nazionale funziona come uno strumento di politica estera e come un quadro di coesione simbolica interna.

In America Latina, iniziative come "Brasil Sensacional!", "Colombia es Pasión" o "Uruguay Natural" cercarono di riconfigurare la percezione esterna della regione mediante messaggi positivi associati all'allegria, alla diversità, all'ambiente e all'innovazione. Tuttavia, alcuni studi avvertono che queste campagne affrontano difficoltà nel sostenersi nel tempo quando non vengono accompagnate da politiche coerenti e da un dialogo costante con i pubblici obiettivo (Aronczyk, 2013). La reputazione internazionale, come segnala Melissen (2011), non può essere gestita unicamente dalla comunicazione: richiede consistenza tra discorso, pratica e valori proiettati.

2.4.1 Diplomazia culturale e proiezione simbolica

La diplomazia culturale costituisce una delle forme più visibili e durature della diplomazia pubblica. Si appoggia sullo scambio artistico, educativo e patrimoniale per promuovere la comprensione reciproca tra nazioni. Secondo Schneider (2006), la sua efficacia risiede nella capacità di proiettare i valori di una società attraverso espressioni culturali che trascendono la retorica politica. La cultura non solo trasmette identità, ma costruisce anche empatia e riconoscimento: crea un terreno simbolico condiviso dove l'altro può identificarsi senza imposizione.

In questo senso, la diplomazia culturale si distingue dalla propaganda poiché non cerca di convincere, ma di connettere. Cull (2009) la colloca tra le cinque dimensioni fondamentali della diplomazia pubblica, insieme all'ascolto, alla promozione internazionale, allo scambio educativo e alla radiodiffusione, evidenziandone il carattere bidirezionale. La cooperazione culturale, gli istituti di lingua, le borse di studio e i programmi di scambio diventano veicoli di soft power sostenibili nel tempo.

2.4.2 Lo sport come linguaggio diplomatico

Tra gli strumenti contemporanei della diplomazia culturale, lo sport occupa un posto sempre più rilevante. Come linguaggio universale che combina emozione, identità e appartenenza, lo sport permette di trasmettere valori di cooperazione, disciplina e rispetto, generando vincoli positivi tra società (Grix & Brannagan, 2016). La diplomazia sportiva si fonda sulla capacità di mobilitare un pubblico globale e sulla sua associazione con ideali di pace, inclusione e sforzo collettivo.

Storicamente, le competizioni internazionali sono servite come scenari di avvicinamento o distensione politica: la "diplomazia del ping-pong" tra Stati Uniti e Cina negli anni settanta o il ruolo simbolico dei Giochi Olimpici nei processi di riconciliazione nazionale sono esempi paradigmatici. Nell'ambito europeo, l'Unione Europea incorporò lo sport nella sua strategia di diplomazia culturale (European Commission, 2018), riconoscendone il valore per la cooperazione internazionale e la proiezione di valori condivisi.

L'Italia, da parte sua, possiede una tradizione sportiva che combina eccellenza, estetica e comunità, attributi coerenti con la sua narrativa culturale più ampia. Il *Made in Italy* non si limita al design o alla gastronomia: anche lo sport italiano comunica eleganza, creatività e spirito collettivo. Dal calcio e dal ciclismo fino alla Formula 1 e alla scherma, le discipline sportive hanno agito come quadri di identità nazionale e come piattaforme di visibilità internazionale. Questa dimensione simbolica trasforma lo sport in una risorsa strategica di diplomazia pubblica, capace di articolare cultura, turismo e identità.

2.5 Cittadinanza, diaspora e principio dello *ius sanguinis*

2.5.1 Cittadinanza e Stato-nazione: basi teoriche

Il concetto di cittadinanza occupa un posto centrale nella teoria politica moderna e costituisce uno dei pilastri fondamentali dello Stato-nazione. Da una prospettiva classica, la cittadinanza si intende come il vincolo giuridico e politico che unisce l'individuo con una comunità organizzata, garantendo diritti e doveri reciproci (Marshall, 1950). Tuttavia, l'evoluzione del sistema internazionale, la globalizzazione e le migrazioni transnazionali hanno trasformato profondamente questo vincolo, erodendo la corrispondenza tradizionale tra territorio, sovranità e identità nazionale (Soysal, 1994).

La formazione dello Stato-nazione moderno consolidò un modello di cittadinanza basato sull'omogeneità culturale e sulla delimitazione territoriale. Secondo Tilly (1992), gli Stati europei costruirono la loro legittimità attraverso la centralizzazione amministrativa e la monopolizzazione della violenza legittima, ma anche mediante la creazione di un'identità collettiva che differenziasse i cittadini dagli "altri". In questo contesto, la cittadinanza si configurò come uno strumento di inclusione ed esclusione, determinando chi appartiene e chi resta fuori dalla comunità politica.

Nel corso del XX secolo, le teorie contemporanee della cittadinanza ampliarono questa visione incorporando dimensioni sociali, culturali e partecipative. Marshall (1950) propose di distinguere tra cittadinanza civile (diritti individuali e giuridici), politica (diritti di partecipazione) e sociale (diritti al benessere e all'educazione). Successivamente, autori come Held (1995) e Habermas (1998) introdussero il concetto di cittadinanza cosmopolita, argomentando che i diritti umani universali trascendono le frontiere nazionali e ridefiniscono l'appartenenza in termini di valori condivisi più che di nazionalità formale.

La globalizzazione intensifica questa tendenza generando una mobilità umana senza precedenti: milioni di persone risiedono fuori dal loro Paese d'origine, ma mantengono legami familiari, economici e culturali con esso. Questo fenomeno diede origine a ciò che Levitt e Glick Schiller

(2004) denominarono cittadinanze transnazionali, caratterizzate dalla coesistenza di molteplici lealtà e dalla partecipazione simultanea in comunità politiche situate in differenti territori.

In questo nuovo contesto, gli Stati affrontano la sfida di adattare i loro regimi di cittadinanza a realtà diasporiche complesse. Mentre alcuni optano per rafforzare il principio di territorialità, altri ampliano l'accesso alla cittadinanza per discendenza o facilitano la doppia nazionalità come strategia di collegamento con i loro emigranti. La cittadinanza smette di essere esclusivamente uno status giuridico e diventa uno strumento di politica estera e di diplomazia pubblica (Bauböck, 2007).

L'espansione del diritto alla doppia cittadinanza in Europa e America Latina risponde, in parte, alla necessità di rafforzare i legami con le comunità all'estero. Questo riconoscimento non svolge soltanto una funzione giuridica, ma anche simbolica: riafferma la continuità storica della nazione ed estende la sua identità oltre il territorio. Nelle parole di Ong (1999), la cittadinanza è diventata "flessibile", combinando appartenenza emozionale, mobilità economica e riconoscimento culturale.

In questo senso, la diplomazia contemporanea non si limita più a rappresentare coloro che risiedono dentro le frontiere, ma si orienta anche a mobilitare il capitale umano e simbolico delle sue diaspore. La cittadinanza diventa così un vettore di soft power, permettendo agli Stati di proiettare influenza e costruire reti transnazionali di cooperazione, commercio e cultura basate su vincoli di origine e affinità.

2.5.2 Lo ius sanguinis *e l'italianità come vincolo politico-culturale*

Il principio dello *ius sanguinis*, "diritto di sangue", costituisce una delle basi giuridiche più rilevanti nella definizione della cittadinanza moderna. A differenza dello *ius soli*, che concede la nazionalità per il luogo di nascita, lo *ius sanguinis* si fonda sulla trasmissione ereditaria dell'appartenenza nazionale attraverso il lignaggio. Questo modello, adottato storicamente da vari Paesi europei, si associa a una concezione etnico-culturale della nazione, intesa come una comunità di origine e di destino (Brubaker, 1992).

L'Italia è stata uno dei casi paradigmatici di applicazione espansiva dello *ius sanguinis*. Con la Legge n. 555 del 1912, e successivamente con la Legge n. 91 del 1992, lo Stato italiano ha riconosciuto per oltre un secolo il diritto alla cittadinanza ai discendenti di emigranti italiani senza limite generazionale, purché si mantenesse una linea di filiazione continua. Tale impostazione è stata tuttavia ristretta dal decreto-legge n. 36 del 28 marzo 2025, convertito dalla Legge n. 74 del 23 maggio 2025, che ha introdotto limiti generazionali al riconoscimento della cittadinanza per discendenza. Questo quadro normativo riflette una visione diasporica della nazione, nella quale l'identità italiana trascende le frontiere territoriali e si estende simbolicamente verso le comunità di origine italiana sparse nel mondo (Tintori, 2009).

Lo *ius sanguinis* non ha soltanto implicazioni giuridiche, ma anche culturali e diplomatiche. Attraverso di esso, lo Stato italiano ha mantenuto un vincolo politico-affettivo con milioni di discendenti in America Latina, particolarmente in Argentina, Brasile e Uruguay, dove la migrazione italiana raggiunse dimensioni di massa tra la fine del XIX secolo e l'inizio del XX. Questi discendenti non sono semplicemente "italiani all'estero", ma portatori e moltiplicatori

di italianità, intesa come un'identità ibrida che combina elementi culturali, linguistici e simbolici (Choate, 2008).

Mark Choate (2008) argomenta che l'Italia fu uno dei primi Stati a istituzionalizzare una "nazione emigrante", riconoscendo esplicitamente le sue comunità d'oltremare come parte integrante del progetto nazionale. Nei decenni successivi all'unificazione, questa concezione servì per rafforzare la coesione interna e proiettare l'immagine di un'Italia globale, unita da legami di sangue e cultura. In questo senso, lo *ius sanguinis* opera come una forma di soft power istituzionalizzato, favorendo l'identificazione culturale ed emozionale dei discendenti con lo Stato italiano, persino generazioni dopo la migrazione originale.

Dalla prospettiva del potere morbido, questa politica amplia la portata dello Stato oltre le sue frontiere fisiche. Sheludiakova (2022) definisce questa estensione come diplomazia diasporica, un insieme di pratiche mediante le quali gli Stati mobilitano le loro comunità all'estero come attori di politica estera informale. Le diaspore possono svolgere funzioni di intermediazione economica, culturale e politica, agendo come "ponti di fiducia" tra Paesi d'origine e di residenza.

Il riconoscimento dello *ius sanguinis* permette quindi di costruire una comunità immaginata transnazionale (Anderson, 1983), nella quale la cittadinanza diventa simbolo di appartenenza ed eredità culturale. Nel caso italiano, questa comunità si articola attorno a valori condivisi, come famiglia, lavoro, creatività, estetica, e a una memoria collettiva trasmessa intergenerazionalmente. Le associazioni di discendenti, i club sportivi italiani, gli istituti culturali e le scuole bilingui funzionano come nodi di riproduzione simbolica dell'italianità, contribuendo tanto alla preservazione culturale quanto alla diplomazia pubblica.

La cittadinanza per *ius sanguinis* ha anche effetti di retroalimentazione sulla marca Italia e sull'immagine del Paese. La possibilità di reclamare la nazionalità italiana ha incrementato l'interesse globale per la cultura italiana, generando un fenomeno di "riscoperta delle radici" che impatta positivamente sul turismo, sulla gastronomia e sul consumo culturale. Questo processo, conosciuto come turismo delle radici, integra la dimensione identitaria con quella economica e diplomatica, rafforzando la connessione emozionale tra i discendenti e l'Italia contemporanea (Riccio, 2020).

In questo modo, lo *ius sanguinis* diventa uno strumento multifunzionale: consolida il vincolo giuridico con la diaspora, amplia il capitale simbolico della nazione e agisce come veicolo di proiezione internazionale. In termini di diplomazia pubblica, rappresenta uno strumento di legittimazione e continuità che collega il passato migratorio con l'identità globale del Paese nel presente.

2.5.3 Diplomazia delle diaspore e identità transnazionali

Il rafforzamento del vincolo tra gli Stati e le loro comunità emigrate ha dato luogo a ciò che si denomina diplomazia delle diaspore, un campo emergente che combina elementi di politica estera, cooperazione internazionale e governance transnazionale. Secondo Moise (2022), questa modalità diplomatica si basa sulla mobilitazione delle comunità all'estero come attori non

statali che complementano l'azione dello Stato, apportando legittimità culturale, reti economiche e conoscenza locale.

Nel XXI secolo, numerosi Paesi hanno istituzionalizzato politiche verso le loro diaspore, riconoscendo il loro valore strategico per lo sviluppo e la proiezione internazionale. Irlanda, India, Messico o Israele costituiscono esempi paradigmatici: hanno trasformato i loro emigranti in ambasciatori culturali e in fonti di investimento, innovazione e capitale sociale. In questo contesto, la diaspora italiana si distingue per le sue dimensioni, dato che si stimano fino a 80 milioni di persone di ascendenza italiana nel mondo; e per la sua densa rete di associazioni, club e federazioni che articolano l'identità italo-discendente con iniziative culturali, educative e sportive (Tintori, 2009; Choate, 2008).

Sheludiakova (2022) sostiene che le diaspore possono svolgere funzioni complementari nella diplomazia contemporanea:

1. Mediazione culturale, traducendo valori e simboli tra contesti.
2. Promozione economica, mediante il commercio e la cooperazione imprenditoriale.
3. Proiezione politica, come attori di lobby o difesa di interessi comuni.
4. Diffusione culturale, agendo come trasmettitori della lingua, della cucina, della moda o dello sport.

Queste funzioni si integrano in una forma di potere morbido distribuito, dove l'influenza non emana unicamente dallo Stato, ma da una rete transnazionale di attori connessi da identità e memoria. Nel caso italiano, le comunità emigrate hanno mantenuto un ruolo attivo nella promozione della cultura e nel consolidamento dell'immagine internazionale del Paese. L'italianità si manifesta tanto nel consumo simbolico (cibo, arte, moda, calcio) quanto nella partecipazione civica e politica, riflettendo la persistenza di un senso di appartenenza oltre il territorio nazionale.

La diplomazia delle diaspore contribuisce anche alla costruzione di ciò che Nye (2019) denomina "reputazione morale internazionale". I legami storici, la solidarietà comunitaria e le azioni di cooperazione promosse da associazioni di discendenti rafforzano la percezione dell'Italia come un Paese culturalmente aperto, creativo e solidale. In America Latina, questo fenomeno si traduce in reti di associazioni italo-latinoamericane che collaborano con ambasciate, università e istituzioni culturali, funzionando come ponti naturali per la cooperazione bilaterale.

Da un approccio costruttivista, la diplomazia delle diaspore dimostra che il potere internazionale non si esercita unicamente mediante risorse materiali, ma anche attraverso la riproduzione di identità condivise. Le comunità transnazionali operano come "moltiplicatori d'immagine" e come fonti di legittimità simbolica. Nel caso italiano, la trasmissione intergenerazionale dell'italianità, attraverso la lingua, le tradizioni e lo sport, rafforza un immaginario collettivo che associa l'Italia con la qualità, la bellezza e la creatività.

L'analisi della cittadinanza, dello *ius sanguinis* e della diplomazia delle diaspore rivela la trasformazione contemporanea dello Stato-nazione e della diplomazia pubblica. In un mondo caratterizzato dalla mobilità, dall'interdipendenza e dalla comunicazione globale, la

cittadinanza si espande oltre i limiti territoriali per trasformarsi in una risorsa simbolica e diplomatica.

Nel caso dell'Italia, questa proiezione extraterritoriale si materializza in una rete diasporica che funziona come estensione del potere morbido nazionale. L'italianità si configura come un'identità globale che integra passato migratorio, patrimonio culturale e presenza contemporanea. Le politiche di cittadinanza per *ius sanguinis* e la diplomazia delle diaspore rafforzano questa dinamica, creando una comunità transnazionale che sostiene l'immagine del Paese in molteplici dimensioni: culturale, economica, politica e sportiva.

Da questa ottica, la diplomazia delle diaspore non solo amplia la portata dello Stato italiano, ma arricchisce anche la sua legittimità internazionale mediante la partecipazione attiva degli italo-discendenti. L'interazione tra cittadinanza, identità e diplomazia culturale dimostra che il potere morbido può essere costruito non solo dalle istituzioni, ma anche dalle persone e dalle comunità.

La regione latinoamericana in generale, e l'Argentina in particolare, mostrano la portata dell'interconnessione culturale con l'Italia, che non trova eguali in nessun'altra regione del mondo.

Questo approccio pone le basi per comprendere il potenziale della diplomazia sportiva come strumento di articolazione tra cultura, identità e proiezione internazionale, tema che verrà sviluppato nelle sezioni successive del rapporto.

2.6 "Marca Italia": identità, tradizione e modernità

L'immagine internazionale dell'Italia è stata storicamente associata a una combinazione singolare di eredità culturale, creatività estetica e stile di vita. Dal Rinascimento fino alla contemporaneità, il Paese ha proiettato un'identità caratterizzata dall'eccellenza artistica, dall'eleganza e dalla capacità di armonizzare tradizione e modernità. Questa rappresentazione simbolica, alimentata da secoli di produzione culturale, scientifica e umanista, si consolidò nel XX secolo attorno a un concetto che sintetizza la reputazione nazionale: il *Made in Italy*.

Il *Made in Italy* nacque nel dopoguerra come un'etichetta di qualità industriale e come simbolo della ricostruzione economica e morale del Paese. Secondo Clini (2019), il suo successo si basò sulla convergenza di quattro settori strategici: moda, design, automobilismo e gastronomia. Questi settori non solo generarono crescita economica, ma incarnarono anche una narrativa culturale che collegava la bellezza, la funzionalità e l'artigianato come valori identitari. Lo Stato italiano e le imprese private compresero rapidamente che la marca Italia non si limitava a un marchio di origine, ma rappresentava un capitale simbolico globale (Dinnie, 2015).

Durante la seconda metà del XX secolo, la diplomazia economica e culturale italiana promosse il *Made in Italy* come strumento di posizionamento internazionale. La marca passò a essere un veicolo di soft power, proiettando un'immagine di Paese innovatore, sofisticato e umano. A sua volta, il design industriale, l'architettura e la moda si trasformarono in linguaggi diplomatici non verbali, capaci di comunicare valori nazionali attraverso l'estetica. Anholt (2010) sostiene

che la percezione dell'Italia come Paese "della bellezza" non fu una costruzione artificiale, ma il risultato di una coerenza tra la produzione simbolica interna e l'identità storica proiettata.

La reputazione internazionale dell'Italia si nutre, inoltre, del suo patrimonio culturale immateriale: la convivialità, il gusto per la vita, l'importanza della famiglia e la socialità mediterranea. Questi elementi compongono ciò che Crivellaro (2017) denomina "diplomazia degli affetti", una forma di influenza morbida che opera attraverso l'emozione e l'identificazione. In questo senso, l'italianità si presenta come una risorsa empatica: non impone valori, ma li condivide mediante l'esperienza culturale.

L'espansione del *Made in Italy* durante gli anni Ottanta e Novanta coincise con la globalizzazione dei mercati e l'ascesa del *nation branding*. Il Paese consolidò la sua posizione come riferimento mondiale nella creatività e nello stile, integrando la marca nazionale nella sua politica estera. Le fiere internazionali, i festival di cinema e moda, e gli istituti di cultura all'estero si trasformarono in piattaforme diplomatiche che diffusero l'estetica italiana come forma di identità nazionale.

Tuttavia, questa immagine non fu esente da tensioni. Autori come Campanella (2014) avvertono che l'eccessiva dipendenza dal *Made in Italy* come fonte di reputazione può generare una visione stereotipata del Paese, ridotta a cliché turistici o a una "bellezza superficiale". Per evitare questa semplificazione, la diplomazia italiana ha cercato negli ultimi anni di integrare il *Made in Italy* con altre dimensioni del potere morbido, come la scienza, la sostenibilità e lo sport, sottolineando la pluralità contemporanea dell'italianità.

La marca Italia, pertanto, si configura come un progetto narrativo dinamico, risultato dell'interazione tra storia, cultura, economia e comunicazione. Non si tratta di un'identità fissa, ma di un'identità in traduzione, che adatta i suoi significati al contesto globale senza perdere autenticità. Come sostiene Dinnie (2015), la forza di una marca paese dipende dalla sua capacità di mantenere coerenza tra la sua eredità simbolica e la sua modernizzazione discorsiva.

In questo senso, la sfida attuale dell'Italia consiste nell'aggiornare la sua narrativa nazionale senza rinunciare ai valori che l'hanno resa riconoscibile: creatività, qualità, umanità e bellezza.

La sezione seguente esplorerà come il *nation branding* italiano si articola con la diplomazia pubblica e con le strategie contemporanee di comunicazione globale, integrando elementi culturali, economici e sportivi in una visione coerente di soft power.

2.6.1 Il nation branding *italiano*

Nel caso dell'Italia, il *nation branding* si è evoluto dalla promozione del *Made in Italy* verso una strategia più olistica, che cerca di proiettare un racconto coerente sul Paese in molteplici dimensioni: culturale, tecnologica, ambientale e sociale. Questo processo implicò il passaggio dalla comunicazione di prodotti alla comunicazione di valori. Come segnala Fiorelli (2021), la narrativa attuale della marca Italia combina tradizione e sostenibilità, posizionando il Paese come un riferimento di creatività responsabile e innovazione umanista.

La marca paese italiana si basa su quattro pilastri di identità:

1. L'eredità culturale, rappresentata dalla sua arte, architettura, gastronomia e lingua.

2. La creatività industriale, associata al design, alla moda e alla manifattura d'eccellenza.
3. Lo stile di vita mediterraneo, collegato alla socialità, al benessere e alla qualità della vita.
4. L'impegno contemporaneo con la sostenibilità e l'inclusione, che amplia la narrativa verso valori globali.

Questa struttura discorsiva si collega direttamente con il concetto di soft power di Nye (2004), in quanto l'attrazione che l'Italia esercita non proviene dalla sua capacità militare o economica, ma dal suo capitale simbolico e culturale. La sua influenza internazionale si manifesta nella capacità di ispirare, sedurre e coinvolgere emotivamente pubblici diversi. Come spiega Melissen (2011), i Paesi con forte identità culturale possono esercitare leadership internazionale mediante la diffusione di narrative verosimili e culturalmente coerenti.

A differenza di strategie più aggressive di comunicazione statale, la diplomazia pubblica italiana ha privilegiato un approccio organico e decentralizzato, nel quale gli attori culturali, imprenditoriali e comunitari svolgono un ruolo protagonista. Gli istituti italiani di cultura, le università, le fondazioni, le fiere e le imprese del *Made in Italy* funzionano come "ambasciatori di marca" che proiettano l'italianità in differenti sfere. Questo modello decentralizzato potenzia l'autenticità del messaggio: la marca Italia viene percepita meno come propaganda e più come esperienza quotidiana.

Un aspetto distintivo del caso italiano è l'interazione tra la diaspora e la marca nazionale. Le comunità italiane all'estero agiscono come agenti naturali di diffusione culturale, mantenendo viva la connessione emozionale con la penisola. Questa dinamica riproduce ciò che Fan (2010) denomina "country-of-origin effect ampliato": la percezione positiva dell'Italia non si limita ai suoi prodotti, ma si estende alla sua gente, alla sua lingua e alle sue abitudini. Così, il *nation branding* italiano opera anche come una diplomazia dell'identità, che rafforza la coesione simbolica tra la nazione e la sua diaspora.

La gestione contemporanea della marca Italia ha incorporato inoltre strumenti di diplomazia digitale. Per esempio, campagne come *Italy is Simply Extraordinary* (2023), promossa dal Ministero degli Affari Esteri e dall'Agenzia ICE, combinano comunicazione istituzionale e marketing esperienziale per presentare un'Italia moderna e sostenibile senza perdere la sua essenza culturale. Queste iniziative integrano tecnologia, emozione e patrimonio, confermando la tendenza globale verso una diplomazia pubblica ibrida, dove l'estetica, la narrazione e l'autenticità diventano risorse diplomatiche (Bjola & Holmes, 2015).

La sfida della marca Italia risiede, pertanto, nel mantenere l'equilibrata tensione tra continuità e innovazione. Come avverte Dinnie (2015), le marche nazionali di successo sono quelle che riescono ad aggiornare i loro simboli senza rompere con la loro identità storica. In questo senso, l'Italia continua a essere un riferimento internazionale di bellezza e creatività, ma cerca di articolare quella reputazione con nuove agende globali come la sostenibilità, l'inclusione e la cooperazione culturale.

2.6.2 Lo sport come componente della marca nazionale

Tra i molteplici vettori che compongono la marca Italia, lo sport occupa un posto singolare per la sua capacità di combinare emozione, visibilità e appartenenza collettiva. A differenza di altri

ambiti culturali più elitari o settoriali, lo sport attraversa tutte le classi sociali e genera un senso di identificazione immediata. In termini di diplomazia pubblica, si tratta di un linguaggio universale di attrazione, allineato con la nozione di soft power e con la tradizione italiana di proiettare valori culturali attraverso esperienze condivise (Grix & Brannagan, 2016).

L'Italia ha utilizzato storicamente lo sport come veicolo di affermazione nazionale e internazionale. Dai Giochi Olimpici di Roma 1960, che segnarono la rinascita del Paese nel dopoguerra, fino all'organizzazione di grandi eventi contemporanei come il Giro d'Italia, lo sport italiano ha trasmesso una narrativa di sforzo, eleganza e passione. Queste qualità rafforzano gli attributi centrali del *Made in Italy*: design, eccellenza e umanità. Secondo Levermore e Beacom (2009), lo sport, in quanto forma di diplomazia culturale, non solo genera visibilità, ma contribuisce alla costruzione di fiducia e reputazione a lungo termine.

L'integrazione dello sport all'interno della strategia di *nation branding* si manifesta anche nel modo in cui gli atleti italiani, da figure iconiche come Valentino Rossi, Roberto Baggio o Federica Pellegrini fino alle squadre di calcio e automobilismo, diventano ambasciatori simbolici dell'italianità. La loro presenza negli scenari internazionali proietta un'immagine positiva del Paese, associata al talento, alla disciplina e alla creatività. Questa dimensione personalizza la marca nazionale, umanizzando la diplomazia pubblica e rafforzando la connessione emozionale con i pubblici stranieri (Murray, 2012).

Negli ultimi anni, il governo italiano e le istituzioni sportive hanno cominciato ad articolare il concetto di "diplomazia sportiva" come politica complementare della loro strategia culturale. Iniziative promosse dal Comitato Olimpico Nazionale Italiano (CONI) e dal Ministero degli Affari Esteri promuovono lo sport come strumento di cooperazione e sviluppo, specialmente in regioni con forte presenza di comunità italo-discendenti. Queste azioni integrano l'identità nazionale con valori globali, rafforzando la coerenza tra la marca Italia e le agende internazionali contemporanee (European Commission, 2018).

Lo sport potenzia anche il vincolo tra la diaspora italiana e la patria d'origine. Le associazioni sportive italo-latinoamericane, i tornei di calcio amatoriale organizzati da club italiani in Argentina o Brasile, e i programmi di scambio sportivo tra giovani discendenti e accademie italiane esemplificano come lo sport agisca come spazio di ricongiungimento culturale. Questo fenomeno si collega direttamente con il turismo delle radici e con la diplomazia delle comunità transnazionali analizzate nel punto precedente, dimostrando che l'identità italiana rimane viva non solo nella memoria, ma anche nella pratica collettiva.

La marca Italia costituisce oggi un caso paradigmatico di integrazione tra diplomazia pubblica, soft power e comunicazione strategica. La sua forza risiede nella capacità di coniugare una tradizione culturale millenaria con una modernità innovatrice e sensibile alle sfide globali. Il *Made in Italy*, lontano dall'essere una mera etichetta commerciale, rappresenta una narrativa nazionale che sintetizza valori di qualità, creatività e bellezza.

Lo sport, in questo contesto, amplia la portata simbolica della marca paese, offrendo un terreno di identificazione globale e una piattaforma per la proiezione di valori universali. Attraverso l'estetica, l'emozione e la comunità, lo sport italiano rafforza la reputazione internazionale del Paese e agisce come un canale di diplomazia relazionale che unisce cultura, economia e società.

In uno scenario globale competitivo e frammentato, la credibilità della marca Italia dipende dalla sua capacità di mantenere coerenza tra la sua eredità e la sua innovazione. La diplomazia pubblica italiana affronta la sfida di preservare l'autenticità della sua identità mentre adatta la sua narrativa a un pubblico diverso e digitalizzato. L'integrazione dello sport come componente della diplomazia culturale offre un'opportunità strategica per consolidare la presenza simbolica dell'Italia in America Latina e nel mondo, rafforzando i legami storici dell'italianità con le nuove forme di cooperazione internazionale.

2.7 Lo sport come strumento contemporaneo di diplomazia pubblica

Negli ultimi decenni, lo sport si è consolidato come un attore rilevante nella diplomazia pubblica, combinando dimensioni politiche, culturali, economiche e sociali. La sua universalità, la sua capacità di mobilitare emozioni collettive e la sua presenza mediatica lo rendono uno strumento privilegiato per la proiezione del soft power (Grix & Houlihan, 2014). Più che un semplice intrattenimento, lo sport costituisce un linguaggio globale che permette agli Stati di comunicare valori, generare fiducia e costruire identità internazionale.

La letteratura accademica ha identificato diverse funzioni dello sport all'interno della diplomazia contemporanea. Secondo Murray (2012), può agire come:

1. Diplomazia simbolica, rappresentando l'identità e i valori nazionali in eventi internazionali.
2. Diplomazia relazionale, favorendo vincoli interpersonali e cooperazione tra atleti, istituzioni e pubblici.
3. Diplomazia di sviluppo, promuovendo inclusione sociale, educazione e sostenibilità mediante programmi sportivi.

Queste tre dimensioni riflettono la transizione da una visione strumentale dello sport verso un approccio relazionale e normativo, dove l'attrazione e l'empatia sostituiscono la coercizione.

Lo sport come strumento diplomatico non è un fenomeno nuovo. Dai Giochi Olimpici dell'Antichità fino alla "diplomazia del ping-pong" tra Stati Uniti e Cina nel 1971, gli incontri sportivi sono serviti come spazi di mediazione e dialogo. Tuttavia, nel XXI secolo, la sua rilevanza si è ampliata grazie alla globalizzazione mediatica e digitale, che trasforma ogni competizione in un avvenimento planetario capace di influire su percezioni e narrative (Allison & Monnington, 2002). Quest'ultimo aspetto è stato potenziato da un migliore e più ampio accesso visivo agli eventi sportivi globali, inclusi i miglioramenti tecnologici che avvicinano lo spettatore alla competizione.

La teoria del soft power di Nye (2004) fornisce il quadro concettuale per comprendere il ruolo dello sport nella diplomazia pubblica. L'attrattiva culturale, uno dei pilastri del soft power, si materializza nei valori associati allo sport: merito, sforzo, cooperazione, fair play e rispetto per la diversità. Questi valori generano affinità simbolica tra nazioni e rafforzano la legittimità internazionale degli Stati che li promuovono. Secondo Levermore e Beacom (2009), lo sport produce un tipo di capitale simbolico unico, poiché combina il prestigio competitivo con il valore morale dell'eccellenza collettiva.

L'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU) e il Comitato Olimpico Internazionale (COI) riconoscono formalmente lo sport come strumento di pace e sviluppo. Documenti come la Carta Internazionale dell'Educazione Fisica, dell'Attività Fisica e dello Sport (UNESCO, 2015) e l'Agenda Olimpica 2020 del COI sottolineano il suo ruolo nella promozione della comprensione interculturale e dell'inclusione sociale. Questa istituzionalizzazione dello sport come risorsa diplomatica rafforza la sua legittimità e lo integra all'interno delle strategie multilaterali di cooperazione.

Da un punto di vista costruttivista, lo sport può essere inteso come uno spazio di produzione simbolica dove gli Stati negoziano riconoscimento e prestigio. Ogni evento sportivo internazionale costituisce uno "scenario performativo" nel quale le nazioni rappresentano le loro identità e valori davanti al pubblico globale (Black & Peacock, 2013). In questa logica, le vittorie, i gesti di sportività o persino l'organizzazione di un evento riflettono narrative sulla modernità, efficienza e leadership.

Allo stesso modo, lo sport genera un terreno di cooperazione che trascende la competizione: programmi di scambio di allenatori, borse sportive internazionali e progetti di sviluppo comunitario, come quelli promossi dall'ONU e dall'Unione Europea, hanno dimostrato la loro efficacia nel favorire il dialogo interculturale e la coesione sociale (Grix & Brannagan, 2016). Queste iniziative incarnano la diplomazia pubblica relazionale: costruiscono vincoli duraturi basati sulla fiducia e sul riconoscimento reciproco, oltre gli interessi immediati dei governi.

In sintesi, lo sport rappresenta un'estensione simbolica del soft power e uno strumento efficace di diplomazia pubblica. La sua forza risiede nell'autenticità dei suoi valori e nella sua capacità di connettere emotivamente i popoli. Come esprimono Grix e Houlihan (2014), "lo sport parla un linguaggio che trascende la politica, ma inevitabilmente la trasforma".

2.7.1 Il potenziale dello sport italiano come asse di soft power

Lo sport italiano rappresenta una risorsa privilegiata per la proiezione culturale del Paese e il consolidamento della sua reputazione internazionale. Al di là del suo successo competitivo, occupando storicamente posizioni di rilievo nel medagliere olimpico e nei campionati mondiali, il suo vero valore diplomatico risiede nella capacità di incarnare e comunicare i tratti centrali dell'identità italiana: creatività, lavoro collettivo, passione e bellezza (Fiorelli, 2021).

Secondo Murray (2012), la diplomazia sportiva si rafforza quando gli sportivi sono percepiti come portatori autentici dei valori nazionali. Nel caso italiano, questa autenticità si traduce in simpatia, impegno e un senso estetico che rafforza la coerenza tra cultura e sport.

Lo sport agisce anche come spazio di articolazione tra la diaspora e la nazione d'origine. In America Latina, dove milioni di persone conservano vincoli familiari e simbolici con l'Italia, le attività sportive organizzate da associazioni italo-discendenti, tornei di calcio, festival culturali, programmi di scambio giovanile, costituiscono una forma efficace di diplomazia relazionale. Queste iniziative rafforzano la "comunità immaginata" dell'italianità globale (Anderson, 1983) e amplificano la portata del *Made in Italy* oltre i mercati tradizionali. Un esempio emblematico della presenza italiana nella regione è il Club Sportivo Italiano (già Deportivo Italiano) di Buenos Aires.

Sul piano istituzionale, il Comitato Olimpico Nazionale Italiano (CONI) e il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI) hanno incorporato lo sport nei loro programmi di diplomazia culturale. I progetti di cooperazione sportiva con Africa, Mediterraneo e America Latina promuovono l'inclusione, l'uguaglianza di genere e l'educazione attraverso lo sport (European Commission, 2018). Questo approccio si allinea con le tendenze internazionali che collegano lo sport con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, rafforzando l'immagine dell'Italia come attore impegnato e solidale.

L'analisi dimostra che lo sport è diventato una componente strategica del soft power italiano. Il suo potenziale risiede nella combinazione di tre dimensioni:

1. Culturale: come espressione estetica e narrativa dell'italianità.
2. Sociale: come strumento di inclusione e coesione.
3. Diplomatica: come piattaforma di dialogo e cooperazione internazionale.

Integrato al *nation branding* e alla diplomazia culturale, lo sport amplia la capacità dell'Italia di generare fiducia e affinità. In un ambiente globale dove le emozioni e le percezioni sono tanto influenti quanto le risorse materiali, la diplomazia sportiva italiana offre un modello di influenza morbida basato sull'autenticità, sull'empatia e sulla continuità storica.

Questo modello, sostenuto dalla sinergia tra cultura, cittadinanza diasporica ed eccellenza sportiva, costituisce un ponte naturale verso l'America Latina, regione unita da legami migratori, linguistici e affettivi. In quel contesto, lo sport non solo rafforza la visibilità dell'Italia, ma rinnova il suo ruolo come attore culturale di portata globale, aprendo la strada alle strategie di cooperazione che verranno sviluppate nei capitoli successivi.

2.8 Sintesi del capitolo

Il presente capitolo ha sviluppato il quadro teorico che sostiene l'analisi della diplomazia sportiva italiana in America Latina, affrontando i fondamenti concettuali del soft power, della diplomazia pubblica, del costruttivismo, delle politiche diasporiche e della marca nazionale come strumenti di proiezione culturale.

In primo luogo, si è stabilito che la diplomazia pubblica costituisce un insieme di pratiche e strategie mediante le quali gli Stati cercano di influenzare l'opinione pubblica internazionale, promuovendo valori, cultura e interessi attraverso canali non coercitivi. In questo quadro, il soft power (Nye, 2004) si configura come la capacità di attrarre e persuadere mediante la legittimità e la credibilità, spostando l'asse dell'influenza dalla forza verso l'attrazione simbolica.

Nel corso del capitolo si è analizzato come la diplomazia pubblica contemporanea abbia transitato da modelli unidirezionali di comunicazione verso approcci relazionali, centrati sul dialogo, sull'interazione e sulla co-creazione di significati. Questo cambiamento risponde alla trasformazione del sistema internazionale, caratterizzato dall'interdipendenza, dalla molteplicità di attori e dall'espansione della comunicazione digitale. Autori come Melissen (2005) e Zaharna (2010) hanno dimostrato che il successo della diplomazia pubblica dipende meno dal controllo informativo che dalla costruzione di vincoli di fiducia sostenuti nel tempo.

In questo contesto, il costruttivismo apporta una base teorica fondamentale per comprendere come i significati, le norme e le identità modellino l'azione internazionale. Dalla prospettiva di Wendt (1999) e Finnemore (1996), il potere non si limita alle risorse materiali, ma include la capacità di definire la realtà condivisa. La diplomazia pubblica, il soft power e la marca paese operano precisamente a questo livello ideazionale, configurando percezioni, valori e legittimità.

Allo stesso modo, si è esaminato il ruolo della cittadinanza e delle diaspore come vettori del potere simbolico contemporaneo. Attraverso il principio dello *ius sanguinis*, l'Italia ha esteso la sua identità oltre le frontiere territoriali, trasformando le sue comunità emigrate in attori strategici della diplomazia culturale e della cooperazione internazionale (Choate, 2008; Sheludiakova, 2022). Questo vincolo giuridico ed emozionale rafforza la continuità storica della nazione e amplia la sua influenza mediante reti transnazionali di italianità.

L'analisi del *nation branding* e della marca Italia ha mostrato come la reputazione nazionale si costruisca mediante la coerenza tra discorso, pratica e valori. Il *Made in Italy* non rappresenta soltanto un marchio di qualità economica, ma una narrativa culturale globale che sintetizza creatività, bellezza e umanità. Questa narrativa è stata fondamentale per posizionare l'Italia come riferimento di soft power, articolando tradizione e modernità in un racconto di identità riconoscibile e adattabile (Dinnie, 2015; Anholt, 2010).

Infine, lo sport è emerso come una manifestazione concreta di questa diplomazia culturale. In quanto linguaggio universale, lo sport connette emozioni, comunità e identità, costituendo una risorsa di diplomazia relazionale e un'estensione naturale del soft power. Nel caso italiano, la convergenza tra cultura, cittadinanza diasporica ed eccellenza sportiva dimostra l'integrazione sistemica dello sport nella proiezione simbolica del Paese, rafforzando il suo ruolo come strumento di dialogo e cooperazione globale.

Capitolo 3. Sport e diplomazia: un quadro internazionale

3.1 Introduzione concettuale: lo sport come fenomeno politico globale

Lo sport è un fenomeno sociale universale con una capacità singolare di produrre comunità immaginata: regole condivise, gesti riconoscibili, rituali di appartenenza e una grammatica emozionale che si comprende al di là della lingua. Questa comunicazione non verbale permette allo sport di diventare un fenomeno universale, che consente di stabilire legami persino in momenti nei quali la politica formale si trova bloccata.

L'universalità dello sport moderno può farsi risalire ai primi Giochi Olimpici dell'era moderna, svolti ad Atene nel 1896. Nonostante in quel momento non si disponesse dello sviluppo e della rilevanza degli attuali mezzi di comunicazione, questo evento internazionale portava con sé una dose di simbolismo che trascese le culture.

Gli Stati hanno incorporato lo sport come strumento di politica estera, sia per attenuare tensioni con altri Paesi, sottolineare differenze ideologiche o proiettare la loro posizione internazionale a livello multilaterale. Questa logica può tradursi in strumenti di cooperazione, come accordi, programmi sociali o l'organizzazione di competizioni, ma anche in strumenti di conflitto, come sanzioni, esclusioni e propaganda negativa.

Con la diffusione di massa e la portata dei mezzi di comunicazione, oltre che degli stessi Giochi Olimpici, gli sportivi più noti smettono di essere semplici competitori e passano a rappresentare simboli nazionali (Rocha Chaparro, 2024). Tuttavia, in alcuni casi di governi autoritari si sono presentati contrappunti tra le autorità e gli stessi delegati nazionali. Per esempio, nel caso della Germania di Hitler, la schermitrice Helene Mayer e il pugile Erich Seelig, campione tedesco dei pesi medi e mediomassimi, finirono per rifugiarsi in altri Paesi dopo persecuzioni dovute alle loro origini ebraiche.

La "spettacolarizzazione" dello sport descrive come la politica, i mercati e i media lo trasformino in uno spettacolo globale con economie dell'immagine, aspettative di eredità e dispute per il controllo della narrativa (Tomlinson, 1996). In questo processo, lo sport smette di essere un "tema isolato" e si integra in trasformazioni più ampie: globalizzazione culturale, capitalismo delle piattaforme, economie dei diritti audiovisivi e nuove forme di legittimità internazionale.

Nel caso specifico del legame tra Italia e America Latina, la concettualizzazione dello sport come strumento di politica estera si collega anche strettamente con l'immigrazione italiana nel territorio, principalmente in Paesi come Brasile e Argentina. In questo modo, il capitolo punta a comprendere ed esemplificare come lo sport sia un campo di soft power, che presenta frizioni e non è soltanto un terreno neutrale dove si svolgono competizioni.

3.2 Diplomazia sportiva indiretta e storica

La diplomazia sportiva indiretta si concentra nel creare i contesti propizi per negoziare in maniera esplicita trattati o accordi, a partire dal contatto ricorrente, dalla visibilità e dalla competizione. Durante la Guerra Fredda si moltiplicarono gli esempi di questo tipo di

diplomazia, in un contesto dove le tensioni tra Paesi aumentavano con facilità. Come la corsa spaziale era uno dei campi da sviluppare, lo sport si posizionò progressivamente come un fenomeno ideale per trasmettere messaggi di superiorità ideologica, modernità o riduzione delle tensioni politiche senza sostenere i costi di una negoziazione diretta.

Un esempio chiaro di riduzione delle tensioni politiche e diplomatiche attraverso lo sport ebbe luogo con la celebre "diplomazia del ping-pong" nel 1971. In occasione dei Campionati mondiali di tennis da tavolo di Nagoya, in Giappone, uno dei rappresentanti statunitensi perse il pullman ufficiale per trasferirsi al luogo dell'evento. Di fronte a ciò, chiese il permesso di compiere il tragitto con la delegazione della Cina, che non era ancora partita verso l'impianto. Poiché le relazioni diplomatiche tra gli Stati Uniti e la Cina erano congelate dal 1949, il fatto acquisì grande rilevanza, e le delegazioni dovettero consultare gli alti comandi politici al fine di conoscere i passi da seguire.

Dopo il via libera da parte delle autorità di entrambi gli Stati, si rafforzarono i legami tra le delegazioni sportive, che culminarono con un invito ufficiale a un banchetto nel Paese asiatico, al quale partecipò il primo ministro cinese, Zhou Enlai. Grazie a queste buone relazioni sportive, si sarebbe aperta una serie di incontri di alto livello, evidenziate principalmente dalle visite di Kissinger e Nixon a Pechino, culminando con il ristabilimento delle relazioni diplomatiche nel 1979 (Jorge de Hegedus, 2009).

Proseguendo nella ricostruzione storica, nel 1980 ebbe luogo il boicottaggio degli Stati Uniti ai Giochi Olimpici di Mosca. A causa dell'invasione sovietica dell'Afghanistan nel 1979, il governo statunitense di Jimmy Carter proibì ai suoi atleti di competere, minacciandoli con la revoca del passaporto nel caso in cui avessero voluto viaggiare. La pressione statunitense non terminò lì, ma vennero esercitate pressioni anche sui governi di Gran Bretagna e Australia affinché non partecipassero. In totale, si ritirarono 67 Paesi da quei Giochi Olimpici, quasi 50 dei quali per influenza statunitense (Olympics, 2026).

Come conseguenza del boicottaggio, i Giochi Olimpici si svolsero comunque a Mosca, ma con una delle partecipazioni più basse della storia, indebolendo l'immagine internazionale dell'Unione Sovietica. Secondo Rocha Chaparro (2024), questi Giochi Olimpici pretendevano di essere utilizzati come strumento per migliorare l'immagine internazionale dell'URSS, colpita dopo l'invasione dell'Afghanistan, ma produssero l'effetto opposto.

I Giochi Olimpici di Seul 1988 segnarono un momento chiave nella proiezione internazionale della Corea del Sud e nel suo processo di consolidamento come economia emergente e democrazia in transizione. Organizzati in un contesto di profonde trasformazioni politiche interne, i Giochi coincisero con il processo di apertura democratica iniziato nel 1987 dopo decenni di governi autoritari. Secondo Toohey e Veal (2007) e Grix (2013), l'evento permise alla Corea del Sud di presentarsi al mondo come un Paese moderno, industrializzato e politicamente stabile, rafforzando la sua integrazione nel sistema internazionale. La portata dell'evento fu significativa: parteciparono più di 8.300 atleti provenienti da 159 Paesi, diventando i Giochi Olimpici più numerosi fino a quel momento. Inoltre, la sua trasmissione televisiva globale raggiunse un pubblico stimato in miliardi di spettatori, contribuendo a posizionare la Corea del Sud come una potenza emergente in Asia e come un attore rilevante nell'economia globale.

Una situazione simile si può identificare con i Giochi di Barcellona 1992, essendo uno degli esempi più citati nella letteratura sui megaeventi sportivi e la trasformazione urbana. Diversi studi concordano sul fatto che l'evento funzionò come catalizzatore di un profondo rinnovamento economico, urbano e simbolico della città e del Paese. L'organizzazione dei Giochi implicò investimenti superiori a 9 miliardi di dollari, destinati principalmente a infrastruttura urbana, trasporto e rinnovamento del fronte marittimo di Barcellona. Come segnala Brunet (1995), gran parte degli investimenti furono orientati a infrastrutture urbane permanenti, il che permise di integrare l'evento sportivo all'interno di una strategia di sviluppo a lungo termine. In questo senso, Barcellona 1992 divenne un caso paradigmatico di come i megaeventi sportivi possano essere utilizzati come strumenti di proiezione internazionale e modernizzazione nazionale.

Sul piano simbolico e mediatico, i Giochi Olimpici contribuirono a consolidare una nuova immagine internazionale della Spagna, associata a modernità, apertura e dinamismo economico. Dopo il processo di transizione democratica iniziato negli anni Settanta, l'evento olimpico permise di rafforzare l'integrazione del Paese nel sistema internazionale e nel progetto europeo. Secondo García (2004), i Giochi funzionarono come una piattaforma di "*nation branding*", proiettando la Spagna come una destinazione turistica, culturale e sportiva di portata globale. La copertura mediatica internazionale dell'evento fu enorme: si stima che la cerimonia inaugurale sia stata seguita da più di 3,5 miliardi di spettatori in tutto il mondo, il che contribuì a posizionare Barcellona come una delle città più riconosciute internazionalmente nell'ambito urbano e turistico.

Parallelamente a questo processo di proiezione internazionale, lo sport spagnolo sperimentò un importante processo di professionalizzazione ed espansione mediatica durante gli anni Novanta. In particolare, il calcio si consolidò come uno dei principali veicoli di proiezione culturale del Paese: club come Real Madrid e FC Barcelona iniziarono a rafforzare la loro presenza globale mediante strategie di internazionalizzazione, accordi commerciali ed espansione della loro base di tifosi.

Attualmente, entrambi i club si trovano tra le istituzioni sportive con maggiore portata mondiale: secondo quanto indicato dal quotidiano Marca (2025), il Real Madrid conta 470 milioni di follower e il FC Barcelona 420 milioni, considerando i social network più utilizzati. Questo fenomeno trasformò La Liga spagnola in uno dei prodotti sportivi più globalizzati del sistema sportivo internazionale.

Il consolidamento di questi club come marche globali si collega strettamente con il contesto di apertura economica e mediatica che seguì i Giochi Olimpici di Barcellona. L'espansione delle trasmissioni televisive internazionali, la crescita del marketing sportivo e la professionalizzazione delle competizioni europee contribuirono ad ampliare la portata globale del calcio spagnolo. In questo quadro, tanto il FC Barcelona quanto il Real Madrid passarono a funzionare come vettori di diplomazia culturale non statale, proiettando simboli, valori e immaginari associati alla Spagna verso audience globali. Come segnalano Giulianotti e Robertson (2007), i grandi club di calcio contemporanei operano come attori transnazionali capaci di influire su percezioni culturali, identità sportive e narrative di prestigio nazionale, consolidando così il vincolo tra sport, globalizzazione e soft power.

I Giochi Olimpici di Pechino 2008 rappresentano uno degli esempi più emblematici di utilizzo dello sport come strumento di diplomazia pubblica nel XXI secolo. Per la Cina, l'organizzazione dell'evento costituì un'opportunità strategica per proiettare al mondo un'immagine di modernizzazione, stabilità politica e capacità organizzativa in un momento di crescente protagonismo economico internazionale. Diversi studi hanno segnalato che la candidatura olimpica faceva parte di una strategia più ampia di inserimento globale del Paese, orientata a rafforzare la sua legittimità internazionale e migliorare la sua reputazione globale.

Secondo Xu (2008) e Manzenreiter (2010), i Giochi furono concepiti come uno strumento di soft power, destinato a dimostrare che la Cina poteva integrarsi pienamente nel sistema internazionale contemporaneo.

In termini economici e infrastrutturali, i Giochi implicarono un investimento stimato in più di 40 miliardi di dollari, il che li rese uno dei megaeventi sportivi più costosi della storia.

Gran parte di questi investimenti fu destinata a progetti di infrastruttura urbana, trasporto e rinnovamento ambientale nella città di Pechino. Tra le opere più emblematiche si distinguono lo Stadio Nazionale "Bird's Nest" e il Centro Acquatico Nazionale "Water Cube", che si trasformarono in simboli architettonici del nuovo profilo internazionale della Cina. Secondo Preuss (2015) e Brady (2009), l'evento permise di accelerare processi di modernizzazione urbana e rafforzare la narrativa di un Paese capace di combinare crescita economica, innovazione tecnologica e capacità organizzativa su larga scala.

L'impatto mediatico dei Giochi Olimpici di Pechino fu anch'esso significativo. La copertura televisiva complessiva dei Giochi raggiunse circa 4,7 miliardi di spettatori in tutto il mondo, rendendoli uno degli eventi televisivi più seguiti della storia. In totale parteciparono più di 10.500 atleti provenienti da 204 Paesi, consolidando il carattere veramente globale dell'evento.

Questa vasta esposizione mediatica permise alla Cina di proiettare simboli culturali, narrative storiche ed elementi di identità nazionale verso un'audience globale.

Tuttavia, l'utilizzo dell'evento come strumento di diplomazia sportiva generò anche importanti dibattiti nella letteratura accademica. Diversi autori sostengono che i Giochi funzionarono simultaneamente come un meccanismo di proiezione internazionale e come uno strumento di legittimazione politica interna. Brady (2009) e Brownell (2008) segnalano che, insieme alla promozione di un'immagine positiva del Paese, l'evento fu accompagnato anche da critiche internazionali relative ai diritti umani, alla libertà di stampa e alla situazione in Tibet. Questo doppio carattere riflette una delle principali tensioni della diplomazia sportiva contemporanea: mentre i megaeventi sportivi possono rafforzare la reputazione internazionale degli Stati, possono anche amplificare le controversie politiche ed esporre le contraddizioni tra immagine proiettata e realtà interna.

I Giochi Olimpici Invernali di PyeongChang 2018 tornarono a collocare lo sport al centro della diplomazia regionale, particolarmente in relazione con la penisola coreana. In questo caso, l'evento acquisì un forte significato politico diventando uno spazio di distensione tra Corea del Sud e Corea del Nord, due Paesi tecnicamente ancora in guerra dall'armistizio del 1953. Durante i Giochi, entrambe le nazioni sfilarono insieme sotto una bandiera coreana unificata e

presentarono persino una squadra congiunta nell'hockey su ghiaccio femminile, un gesto ampiamente interpretato come un avanzamento simbolico nel dialogo intercoreano.

Come segnalano Cha (2018) e Lee (2019), questi gesti sportivi facilitarono successivamente contatti diplomatici di alto livello tra le due parti, dimostrando come i megaeventi sportivi possano funzionare come piattaforme di dialogo politico e diplomazia informale in contesti di tensione geopolitica.

Da parte sua, la Federazione Russa utilizzò attivamente i grandi eventi sportivi internazionali come strumenti di proiezione internazionale nel corso degli anni Dieci. In particolare, i Giochi Olimpici Invernali di Sochi 2014 e la Coppa del Mondo FIFA Russia 2018 furono concepiti come piattaforme per rafforzare l'immagine globale del Paese e dimostrare la sua capacità organizzativa, tecnologica e logistica. I Giochi di Sochi implicarono un investimento stimato attorno ai 50 miliardi di dollari, diventando i Giochi Olimpici invernali più costosi della storia fino a quel momento. Diversi autori sostengono che questi eventi facessero parte di una strategia più ampia di posizionamento internazionale, mediante la quale la Russia cercava di proiettare una narrativa di modernizzazione, stabilità e leadership regionale attraverso lo sport (Grix & Lee, 2013; Riordan, 2015).

Il Mondiale di Calcio del 2018 rafforzò questa strategia di diplomazia sportiva focalizzata sul miglioramento dell'immagine del Paese. Il torneo fu organizzato in 11 città e 12 stadi, con una presenza totale superiore a 3 milioni di spettatori negli stadi e un'audience televisiva globale stimata in più di 3,5 miliardi di persone durante l'intero torneo, secondo dati FIFA. Oltre all'impatto sportivo e mediatico, la prestazione della nazionale russa, che raggiunse i quarti di finale del torneo, il suo miglior risultato nell'era successiva all'Unione Sovietica, generò un notevole clima di entusiasmo e orgoglio nazionale all'interno del Paese. Diversi studi segnalano che questo risultato contribuì a rafforzare una sensazione di coesione sociale e legittimità interna attorno all'evento, mostrando come i megaeventi sportivi possano avere anche effetti simbolici sul piano domestico, rafforzando narrative di identità nazionale e appartenenza collettiva (Grix, Brannagan & Lee, 2019), integrando lo sport all'interno di strategie più ampie di diplomazia pubblica.

D'altra parte, il legame tra sport e politica internazionale divenne particolarmente visibile dopo l'inizio dell'invasione russa dell'Ucraina nel 2022, il che ebbe ripercussioni dirette in molteplici discipline sportive. Diverse federazioni internazionali adottarono misure restrittive riguardo alla partecipazione di atleti russi in competizioni internazionali. Il Comitato Olimpico Internazionale (COI) raccomandò inizialmente l'esclusione degli sportivi russi dalle competizioni internazionali, mentre in alcuni sport fu permessa la loro partecipazione sotto status neutrale. Nel campo del tennis professionistico, l'ATP e la WTA autorizzarono i giocatori russi e bielorussi a competere in tornei internazionali, ma senza bandiera né rappresentanza nazionale (ESPN, 2023). Queste misure esposero internazionalmente il Paese, incidendo sulla sua immagine internazionale ma generando anche un rifiuto da parte degli stessi rappresentanti sportivi ai massimi livelli.

Al di fuori dell'olimpismo, altre organizzazioni e prodotti culturali hanno funzionato come mezzi di proiezione internazionale. Per esempio, la NBA è uno dei casi più paradigmatici in termini di attore culturale globale e della diffusione di massa dello sport. La lega di

pallacanestro nordamericana conobbe una grande diffusione e un forte sviluppo negli anni Ottanta, diventando un veicolo di influenza occidentale in tutto il mondo, principalmente in Asia. La sua portata internazionale e la sua capacità di associarsi a narrative di intrattenimento, stile di vita, meritocrazia e consumo la rendono un vettore contemporaneo di diplomazia culturale non statale. Le statistiche dimostrano così l'intenzione di portare lo sport in diverse parti del mondo: dal 1978, la lega ha disputato 230 partite in più di 20 Paesi al di fuori di Stati Uniti e Canada. Attualmente, la lega organizza regolarmente partite ufficiali e di esibizione fuori dagli Stati Uniti, come gli NBA Global Games in Europa, Cina o Messico, che funzionano come strumenti di diplomazia culturale ed espansione di mercato (NBA, 2026).

Il caso più noto è quello di Michael Jordan, non solo perché considerato da molti il miglior giocatore della storia, ma anche a partire dal suo marchio personale. Il lancio delle scarpe Air Jordan da parte di Nike nel 1985 segnò l'inizio di una strategia di marketing sportivo che avrebbe raggiunto la sua massima espansione negli anni novanta, coincidendo con il consolidamento mediatico della NBA. Verso la metà di quel decennio, le Air Jordan venivano distribuite in decine di mercati internazionali e generavano vendite superiori a 1 miliardo di dollari annuali, diventando una delle linee di prodotti sportivi di maggior successo della storia. Va sottolineato che la popolarità di Jordan e del suo marchio personale contribuì a diffondere non solo il basket statunitense, ma anche elementi della cultura urbana nordamericana, come la moda sportiva, la musica hip hop e lo stile di vita associato allo sport professionistico, in regioni come Europa e Asia, dove la NBA iniziò a conquistare un pubblico di massa.

Precisamente la portata mediatica della NBA costituisce un altro indicatore significativo della sua influenza globale. Secondo dati ufficiali della lega, le partite NBA vengono trasmesse in più di 200 Paesi e territori, e in più di 40 lingue, raggiungendo potenzialmente più di un miliardo di spettatori in tutto il mondo. Parallelamente, la lega ha sviluppato una strategia digitale altamente internazionalizzata: le sue piattaforme sui social network accumulano più di 2 miliardi di follower globali, il che la rende una delle organizzazioni sportive con maggiore presenza digitale del pianeta. Per esempio, nella stagione 2025-2026 sono state trasmesse 88 partite in prima serata in Europa, Medio Oriente e Africa (NBA, 2026). Questo ecosistema mediatico permette alla NBA di proiettare non soltanto lo sport in sé, ma anche valori associati alla cultura statunitense contemporanea, come innovazione, spettacolo e imprenditorialità individuale.

Un altro degli esempi rilevanti si può trovare nella Coppa del Mondo di Rugby del 1995, organizzata dal Sudafrica, che costituisce uno degli esempi più emblematici dell'uso dello sport come strumento di diplomazia pubblica e riconciliazione nazionale. Il torneo ebbe luogo appena un anno dopo le prime elezioni democratiche del Paese e nel contesto del processo di transizione successivo all'apartheid. In questo scenario, il governo guidato da Nelson Mandela comprese il potenziale simbolico dell'evento per proiettare verso l'esterno una nuova immagine del Sudafrica come una nazione aperta, inclusiva e impegnata nella riconciliazione.

Come segnala Booth (1998), l'organizzazione del Mondiale permise di mostrare il Paese come un attore reintegrato nella comunità internazionale, dopo decenni di isolamento sportivo e sanzioni internazionali. In questo modo, il torneo funzionò come uno strumento di diplomazia sportiva destinato a rafforzare la legittimità internazionale del nuovo Stato sudafricano.

Allo stesso tempo, l'evento ebbe un forte impatto sul piano interno, diventando un simbolo di unità nazionale in una società storicamente frammentata da divisioni razziali e sociali. L'immagine di Nelson Mandela che indossa la maglia della nazionale sudafricana di rugby durante la finale del torneo si trasformò in uno dei momenti più iconici della storia dello sport contemporaneo. Tradizionalmente associato alla minoranza bianca afrikaner, il rugby fu risignificato come un elemento di identità nazionale condivisa. Inoltre, la vittoria della squadra sudafricana nella finale contro la Nuova Zelanda generò un clima di entusiasmo collettivo che trascese le divisioni politiche e sociali del Paese. Il Mondiale di Rugby del 1995 illustra come i megaeventi sportivi possano contribuire simultaneamente alla ricostruzione dell'immagine internazionale di un Paese e al rafforzamento della coesione sociale interna, consolidando lo sport come uno strumento rilevante all'interno delle strategie contemporanee di diplomazia pubblica.

Negli anni Duemila e all'inizio degli anni Dieci, il Brasile cercò di consolidarsi come una potenza emergente nel sistema internazionale, in un contesto segnato dalla crescita economica del Paese e dal suo crescente protagonismo all'interno del gruppo BRICS (Brasile, Russia, India, Cina e Sudafrica). In questo quadro, l'organizzazione della Coppa del Mondo FIFA 2014 e dei Giochi Olimpici di Rio de Janeiro 2016 fu concepita come una strategia di proiezione internazionale destinata a rafforzare l'immagine del Brasile come attore globale rilevante e come leader regionale in America Latina. Secondo Grix e Lee (2013) e Cornelissen (2010), i megaeventi sportivi permettono agli Stati emergenti di rafforzare la loro visibilità internazionale e proiettare narrative di modernizzazione, sviluppo e capacità organizzativa. Nel caso brasiliano, entrambi gli eventi furono utilizzati per mostrare l'infrastruttura, il dinamismo economico e la diversità culturale del Paese, allo stesso tempo rafforzando la strategia diplomatica del governo brasiliano di ampliare la sua influenza negli organismi internazionali e consolidare la sua posizione all'interno delle economie emergenti.

Tuttavia, l'organizzazione di questi megaeventi generò anche importanti tensioni interne. Negli anni precedenti al Mondiale del 2014, il Brasile sperimentò massicce proteste sociali, iniziate nel 2013 a partire dall'aumento delle tariffe del trasporto pubblico, ma che rapidamente si ampliarono verso critiche più generali sulla spesa pubblica destinata all'infrastruttura sportiva rispetto alle carenze in servizi come salute, educazione e trasporto.

Diversi studi segnalano che il costo combinato del Mondiale e dei Giochi Olimpici superò i 20 miliardi di dollari, il che alimentò il dibattito pubblico sulle priorità dello Stato brasiliano (Zimbalist, 2015; Gaffney, 2016). Queste tensioni si svilupparono in un contesto di rallentamento economico e crisi politica che sarebbe culminata con l'impeachment della presidente Dilma Rousseff nel 2016, pochi mesi dopo i Giochi Olimpici di Rio. In questo senso, il caso brasiliano illustra come i megaeventi sportivi possano funzionare simultaneamente come strumenti di diplomazia pubblica e proiezione internazionale, ma anche generare controversie interne quando le aspettative sociali e i costi economici entrano in tensione.

La Tabella 1 riassume i principali casi storici analizzati in questo paragrafo.

Tabella 1. Casi storici di diplomazia sportiva: obiettivi, attori e risultati

Caso	Obiettivo diplomatico	Attori	Risultato osservabile
Diplomazia del ping-pong (1971)	Riaprire le relazioni diplomatiche	Stati Uniti, Cina	Inizio del disgelo e apertura delle relazioni diplomatiche
Boicottaggio dei Giochi Olimpici di Mosca (1980)	Pressione politica	Stati Uniti, URSS, COI	Politicizzazione dello sport olimpico
Giochi Olimpici di Seul (1988)	Integrazione internazionale	Corea del Sud, COI	Proiezione come economia emergente
Giochi Olimpici di Barcellona (1992)	Modernizzazione e proiezione internazionale	Spagna, COI	Rilancio internazionale dell'immagine sportiva e turistica della Spagna
Coppa del Mondo di rugby, Sudafrica (1995)	Riconciliazione nazionale	Sudafrica, Nelson Mandela	Unità nazionale e miglioramento dell'immagine esterna
Giochi Olimpici di Pechino (2008)	Modernizzazione e leadership emergente	Cina, COI	Grande visibilità globale e consolidamento del soft power cinese
Giochi Olimpici invernali di Sochi (2014) e Mondiale di calcio in Russia (2018)	Prestigio internazionale	Russia, COI, FIFA	Alta visibilità globale, seguita da forti tensioni internazionali
Mondiale di calcio (2014) e Giochi Olimpici di Rio (2016), Brasile	Proiezione internazionale e leadership tra i BRICS	Brasile, COI, FIFA	Grande visibilità globale, seguita da proteste e crisi interna
Giochi Olimpici invernali di PyeongChang (2018)	Distensione intercoreana	Corea del Sud, Corea del Nord, COI	Gesti di dialogo politico
NBA globale	Diffusione culturale e soft power statunitense	NBA, atleti, imprese (Nike)	Espansione globale dello sport e della cultura popolare statunitense

Fonte: elaborazione propria sulla base dei casi analizzati.

3.3 Organizzazioni internazionali e sportive come attori di diplomazia pubblica

Nonostante la maggior parte degli esempi storici citati di diplomazia sportiva faccia riferimento agli Stati, nella pratica esiste una governance multilivello dove organizzazioni intergovernative, entità sportive transnazionali, ONG, imprese e atleti competono per definire norme, agenda, legittimità e distribuzione dei benefici.

3.3.1 FIFA e diplomazia sportiva

La FIFA si è consolidata come uno degli attori non statali più influenti nel sistema internazionale contemporaneo, particolarmente nell'ambito della diplomazia sportiva. La sua capacità di organizzare l'evento sportivo più visto del mondo, il Mondiale di Calcio, le conferisce un potere significativo nella costruzione di narrative globali e nella proiezione internazionale degli Stati ospitanti. Diversi studi hanno segnalato che la scelta delle sedi non risponde unicamente a criteri sportivi, ma anche a considerazioni geopolitiche ed economiche, il che rende la FIFA un attore chiave nell'articolazione tra sport e politica internazionale (Grix & Lee, 2013).

In questo senso, l'organizzazione dei mondiali è stata utilizzata da differenti Stati come strumento di soft power. Casi come Germania 2006, Sudafrica 2010 o Qatar 2022 evidenziano come i Paesi cerchino di migliorare la loro immagine internazionale, attrarre investimenti e rafforzare il loro posizionamento globale attraverso il calcio. La FIFA, assegnando la sede, abilita queste strategie e contribuisce a legittimare internazionalmente i Paesi organizzatori, persino in contesti di contestazioni in materia di diritti umani o governance (Cornelissen, 2010; Zimbalist, 2015).

Tuttavia, la FIFA è stata anche oggetto di critiche per il suo ruolo nella politicizzazione dello sport. L'assegnazione delle sedi a Paesi con deficit democratici o problemi strutturali ha generato dibattiti sulla responsabilità dell'organizzazione nella promozione di determinati modelli politici. Allo stesso modo, la sua struttura istituzionale è stata messa in discussione per casi di corruzione che compromettono la sua legittimità come attore globale (Jennings, 2011).

Queste tensioni riflettono l'ambivalenza della diplomazia sportiva: mentre genera opportunità di proiezione internazionale, può anche approfondire controversie.

Infine, risulta rilevante segnalare che la FIFA possiede una capacità singolare di influire sulle politiche nazionali attraverso le sue regolamentazioni ed esigenze. La necessità di adattare infrastrutture, quadri legali e politiche pubbliche per soddisfare i requisiti di organizzazione degli eventi dimostra come un'organizzazione sportiva possa incidere sull'agenda interna degli Stati. In questo senso, la FIFA non solo organizza competizioni, ma agisce come un attore con capacità di pressione e trasformazione istituzionale nel sistema internazionale.

3.3.2 COI e diplomazia olimpica

Il Comitato Olimpico Internazionale costituisce uno dei principali pilastri della diplomazia sportiva a livello globale, attraverso l'organizzazione dei Giochi Olimpici e la promozione dei valori dell'olimpismo. Fin dalla sua fondazione, il COI ha cercato di posizionarsi come un'istituzione neutrale, orientata a promuovere la pace, la comprensione tra le nazioni e la cooperazione internazionale. Tuttavia, la storia dei Giochi Olimpici dimostra che lo sport è stato profondamente attraversato da dinamiche politiche, il che rende il COI un attore centrale nell'intersezione tra sport e relazioni internazionali (Tomlinson & Young, 2006).

Uno degli aspetti più rilevanti del COI è la sua capacità di generare spazi di interazione tra Stati in contesti di tensione. Esempi come la partecipazione congiunta della Corea del Nord e della Corea del Sud ai Giochi di PyeongChang 2018 evidenziano come l'olimpismo possa funzionare come piattaforma di distensione diplomatica. In questo senso, il COI agisce come mediatore indiretto, facilitando incontri simbolici che, sebbene non sostituiscano la diplomazia tradizionale, contribuiscono a generare condizioni per il dialogo (Cha, 2018).

Allo stesso tempo, i Giochi Olimpici sono stati utilizzati dagli Stati come strumenti di proiezione internazionale. Esempi come Pechino 2008 o Londra 2012 riflettono come i Paesi ospitanti cerchino di costruire un'immagine di modernità, sviluppo e stabilità. Il COI, selezionando le sedi, partecipa attivamente a questo processo, concedendo legittimità e visibilità globale agli Stati organizzatori (Roche, 2000). Questa dinamica rafforza l'idea che i megaeventi sportivi siano spazi privilegiati di diplomazia pubblica.

Tuttavia, il COI affronta anche sfide legate al suo ruolo politico. Questioni come il doping, le sanzioni a determinati Paesi o i boicottaggi hanno messo in evidenza le tensioni tra neutralità e politica. Il caso della Russia e le restrizioni imposte ai suoi atleti in diverse edizioni dei Giochi illustrano come le decisioni del COI possano avere implicazioni diplomatiche significative. Di conseguenza, l'olimpismo si presenta come un campo dove si intrecciano valori universali e dispute geopolitiche.

3.3.3 ONU: sport per lo sviluppo e la pace

L'Organizzazione delle Nazioni Unite ha incorporato progressivamente lo sport come uno strumento strategico nella promozione della pace, dello sviluppo e della cooperazione internazionale. A differenza di altre organizzazioni, l'ONU non organizza eventi sportivi di grande scala, ma agisce come un attore normativo che legittima l'uso dello sport nelle politiche pubbliche e nei programmi internazionali. Alcune iniziative come "Sport for Development and Peace" riflettono questo approccio, orientato a utilizzare lo sport come mezzo per raggiungere obiettivi sociali e politici più ampi (UN, 2015).

Il sistema delle Nazioni Unite, attraverso agenzie come UNESCO o UNICEF, ha promosso lo sport come strumento per l'inclusione sociale, l'educazione e l'uguaglianza di genere. In questo senso, lo sport viene concepito non solo come un'attività ricreativa, ma come un veicolo per la costruzione della cittadinanza e della coesione sociale. Questa prospettiva amplia la portata della diplomazia sportiva, incorporando dimensioni legate allo sviluppo umano e ai diritti sociali (Levermore & Beacom, 2009).

Allo stesso modo, l'ONU ha contribuito all'istituzionalizzazione dello sport nell'agenda internazionale mediante la proclamazione di giornate internazionali e la promozione di politiche pubbliche legate all'attività fisica. Questo ruolo simbolico è fondamentale, poiché permette di consolidare un consenso globale attorno al valore dello sport come strumento di trasformazione sociale. In questo modo, l'organismo agisce come un quadro di riferimento che orienta le strategie degli Stati e di altre organizzazioni (Darnell, 2012).

Tuttavia, la mancanza di meccanismi coercitivi e la dipendenza dall'implementazione da parte degli Stati costituiscono sfide per l'efficacia dei suoi programmi. Nonostante ciò, la sua capacità di legittimare lo sport come strumento di diplomazia e sviluppo la posiziona come un attore centrale nel campo della diplomazia sportiva contemporanea.

3.3.4 UEFA e sanzioni alla Russia

La UEFA rappresenta un caso paradigmatico di come le organizzazioni sportive regionali possano svolgere un ruolo attivo nella diplomazia internazionale, particolarmente in contesti di conflitto. Dopo l'invasione dell'Ucraina da parte della Russia nel 2022, la UEFA decise di escludere club e nazionali russe dalle sue competizioni, in coordinamento con altre istituzioni sportive internazionali. Questa decisione evidenziò la capacità dello sport di agire come meccanismo di pressione politica (García & Meier, 2022), evidenziando al contempo la difficoltà, per un organismo sportivo, di mantenersi neutrale.

L'esclusione della Russia da tornei come la Champions League o l'Europeo ebbe implicazioni significative tanto sul piano sportivo quanto su quello simbolico ed economico. Al di là

dell'impatto competitivo, queste misure contribuirono a rafforzare l'isolamento internazionale del Paese, allineandosi con le sanzioni economiche e politiche promosse da diversi Stati. In questo senso, la UEFA agì come un attore che amplifica le dinamiche della diplomazia tradizionale attraverso lo sport.

Allo stesso modo, questo caso mette in evidenza la crescente interdipendenza tra sport e politica nel contesto contemporaneo. Le decisioni della UEFA non possono essere comprese unicamente in termini sportivi, ma rispondono a un ambiente geopolitico più ampio. L'organizzazione, così come altre entità sportive, si vede obbligata a prendere posizione di fronte ai conflitti internazionali, il che mette in discussione l'idea di neutralità nello sport.

3.3.5 Unione Europea e Vaticano: nuove dimensioni della diplomazia sportiva

L'Unione Europea ha incorporato lo sport all'interno delle sue politiche di integrazione e cooperazione regionale, specialmente attraverso programmi come Erasmus+ Sport. Queste iniziative cercano di promuovere la mobilità, lo scambio culturale e la costruzione di un'identità europea condivisa, utilizzando lo sport come strumento di coesione. In questo quadro, lo sport diventa uno strumento di diplomazia regionale che rafforza i valori di cooperazione e integrazione (European Commission, 2020).

Da parte sua, il Vaticano ha promosso iniziative come Scholas Occurrentes, che utilizzano lo sport come strumento di inclusione sociale e dialogo interculturale. A differenza di altre organizzazioni, Scholas si concentra sulla dimensione educativa e comunitaria dello sport, promuovendo valori come solidarietà, partecipazione e convivenza. Questo approccio permette di ampliare la nozione di diplomazia sportiva verso una dimensione più sociale e culturale.

Nel loro insieme, questi casi evidenziano la diversità di attori e approcci presenti nella diplomazia sportiva contemporanea. Dagli organismi globali fino alle iniziative educative, lo sport si consolida come uno spazio di interazione dove convergono interessi politici, sociali e culturali. Questa molteplicità di dimensioni rafforza la sua rilevanza come strumento di analisi nello studio delle relazioni internazionali.

3.4 Dimensione contemporanea: lo sport come soft power nel XXI secolo

Nel XXI secolo, lo sport funziona come soft power in un ambiente segnato da tre acceleratori: (a) globalizzazione mediatica e diritti audiovisivi; (b) digitalizzazione e reti sociali; (c) mobilità di atleti e capitale (mercati dei trasferimenti, proprietà dei club, sponsorizzazione globale). Questa combinazione trasforma leghe e atleti in attori di influenza culturale quotidiana.

3.4.1 Globalizzazione mediatica e audience

La scala è parte del potere: le grandi leghe si costituiscono come prodotti audiovisivi globali. Per esempio, la Premier League fu trasmessa in 188 dei 193 Paesi riconosciuti dalle Nazioni Unite nella stagione 2019/20, il che evidenzia non solo una diffusione di massa, ma anche una capacità sistematica di presenza culturale (Premier League, 2021).

Nei megaeventi, come il Mondiale Qatar 2022, la densità dell'audience potenzia la diplomazia pubblica e mostra come il calcio operi come "linguaggio universale" capace di generare engagement globale e, pertanto, valore reputazionale per organizzatori e sponsor.

3.4.2 Reti sociali e atleti come "diplomatici de facto"

Le reti sociali trasformano atleti e club in emittenti diretti di messaggi: esprimono opinioni, denunciano, sostengono cause, rappresentano identità nazionali e comunitarie, e riconfigurano la diplomazia pubblica al di fuori delle cancellerie. Questo fenomeno non implica che gli atleti abbiano un'intenzione diplomatica formale, ma che la loro visibilità produca effetti politici: può migliorare reputazioni, mettere in tensione governi, produrre boicottaggi simbolici o imporre temi nell'agenda pubblica (razzismo, genere, diritti umani). In termini di soft power, gli atleti agiscono come intermediari tra culture e audience (Billings & Hardin, 2014). Uno degli esempi più ricordati è il movimento "Black Lives Matter", che coinvolse diverse discipline e numerosi sportivi d'élite.

3.4.3 Migrazioni sportive e mercati dei trasferimenti

La mobilità degli atleti è uno dei canali contemporanei più rilevanti per pensare il vincolo tra Italia e America Latina. I mercati dei trasferimenti sono, allo stesso tempo, economia e diplomazia culturale: creano reti tra Paesi, generano flussi di capitale ed espandono identità ibride. La FIFA, attraverso il suo sistema di registrazione dei trasferimenti internazionali, offre dati che permettono di osservare l'espansione del fenomeno.

La serie storica del calcio professionistico maschile mostra una crescita sostenuta nel numero di trasferimenti internazionali tra il 2015 e il 2024, con massimi storici recenti (e con una maggiore proporzione di operazioni con indennizzo (fee) negli anni più recenti).

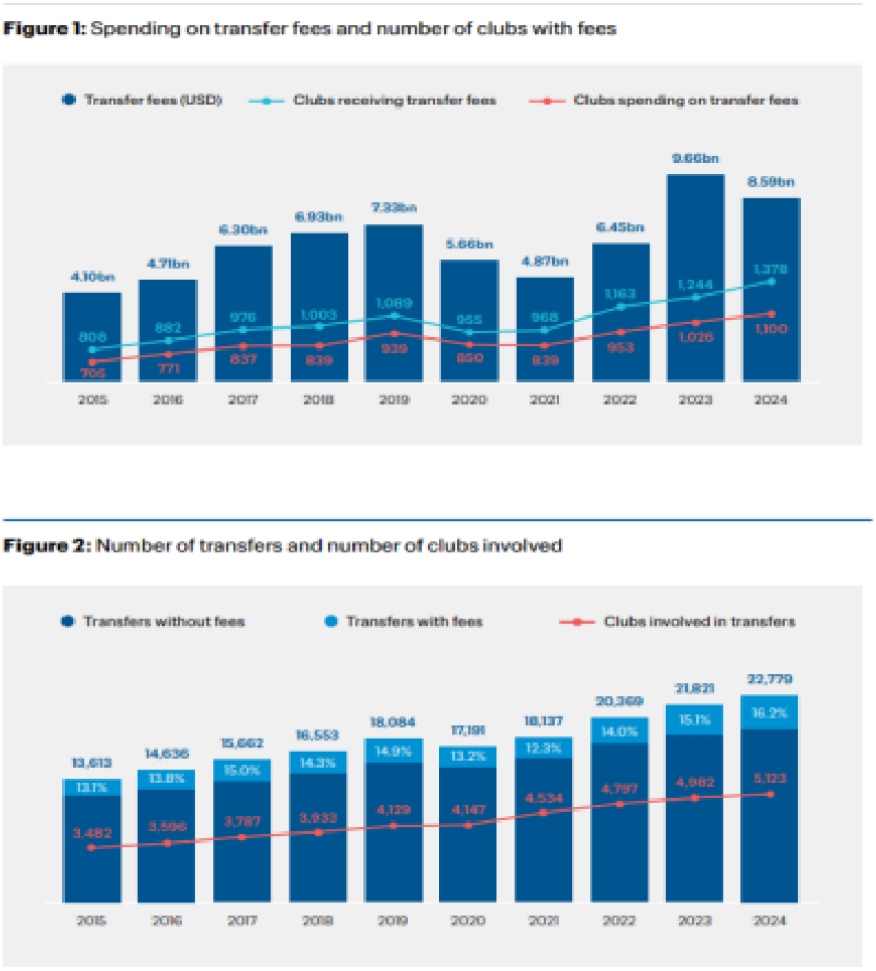


Figura 1. Trasferimenti internazionali nel calcio professionistico maschile: indennizzi, numero di trasferimenti e club coinvolti (2015–2024)

Fonte: FIFA, Global Transfer Report 2024 (FIFA, 2025).

Come si osserva nella Figura 1, tra il 2015 e il 2024, l'espansione del mercato globale dei trasferimenti (+67,3%) e l'aumento sostenuto nel numero di club coinvolti (+47,1%) riflettono il consolidamento del calcio come una rete transnazionale altamente interconnessa, che trascende la dimensione sportiva per costituirsi come spazio di interazione economica, culturale e politica con implicazioni dirette nella diplomazia contemporanea.

3.5 Dimensione critica: rischi, limiti e tensioni della diplomazia sportiva

La diplomazia sportiva offre rendimenti elevati, ma anche rischi strutturali. In termini analitici, lo sport è una tecnologia della visibilità: ciò che proietta può invertirsi rapidamente se emergono violazioni di integrità, corruzione o diritti umani.

3.5.1 Sportswashing

Il concetto di sportswashing si riferisce all'uso (o percezione dell'uso) dello sport per migliorare la reputazione internazionale e deviare l'attenzione da pratiche autoritarie, corruzione o violazioni dei diritti umani. Nella letteratura recente, il termine viene discusso con sfumature,

includendo il ruolo di audience, media e istituzioni, e viene collegato a investimenti e megaeventi in Stati con agende di riconoscimento globale (Grix et al., 2025).

In Arabia Saudita, per esempio, analisi di politica internazionale e think tank segnalano che gli investimenti sportivi si integrano in strategie di diversificazione economica e proiezione globale, ma sono oggetto di critiche in materia di reputazione e diritti umani (Council on Foreign Relations, 2023; Human Rights Watch, 2022).

Il caso dell'Azerbaigian è illustrativo: organizzazioni per i diritti umani documentarono come i Giochi Europei di Baku 2015 ed eventi come la Formula 1 si inserirono in una strategia di immagine internazionale, mentre persistevano (o si intensificavano) restrizioni verso voci indipendenti (Amnesty International, 2015).

3.5.2 Politicizzazione, propaganda e neutralità sportiva

L'idea di neutralità sportiva entra particolarmente in tensione in contesti autoritari o di alta polarizzazione. I Giochi Olimpici di Berlino 1936 sono un caso classico: l'evidenza storica mostra come il regime nazista utilizzò l'evento come vetrina propagandistica, occultando temporaneamente aspetti repressivi e proiettando un racconto di ordine e modernità (Enciclopedia dell'Olocausto, 2026).

Nei registri contemporanei, la politicizzazione appare tanto per propaganda statale (megaeventi come progetti di legittimazione) quanto per conflitti geopolitici che attraversano l'organizzazione, l'eleggibilità o la partecipazione degli atleti.

3.5.3 Diritti umani e lavorativi: Qatar 2022 come caso emblematico

Il Mondiale del 2022 riconfigurò la discussione sui diritti lavorativi nei megaeventi. L'Organizzazione Internazionale del Lavoro documentò riforme lavorative in Qatar, includendo salario minimo non discriminatorio e progressi nella mobilità lavorativa, ma anche la persistenza di criticità nell'attuazione e nel controllo del rispetto delle norme (International Labour Organization, 2022).

Parallelamente, organizzazioni per i diritti umani chiesero meccanismi di riparazione e compensazione per abusi, segnalando responsabilità condivisa tra organizzatori e autorità. Per esempio, Reuters (2024) ha dato conto del dibattito sulla revisione delle responsabilità e proposte di fondi di compensazione, insieme a risposte istituzionali della FIFA.

3.6 Sintesi del capitolo

Come corollario, questo capitolo ha messo in evidenza che lo sport funziona come una risorsa diplomatica di alta intensità simbolica: può aprire canali indiretti di dialogo (ping-pong), accelerare riposizionamenti internazionali (Sudafrica 1995), consolidare racconti di modernizzazione (Pechino 2008) o agire come vetrina di proiezione geopolitica (Sochi 2014).

Ma la stessa logica di visibilità che potenzia il soft power amplifica i suoi rischi: boicottaggi, sanzioni, politicizzazione, sportswashing, crisi di governance e controversie sui diritti umani.

In questo senso, lo sport si configura come uno spazio ibrido dove confluiscono dimensioni statali, aziendali e sociali, sfumando le frontiere tradizionali della diplomazia. A differenza di altri strumenti di politica estera, la sua efficacia risiede nella sua capacità di operare simultaneamente su molteplici livelli: come spettacolo globale, come industria economica e come linguaggio culturale condiviso. Questa multidimensionalità spiega tanto il suo potenziale come strumento di influenza quanto la sua vulnerabilità di fronte a dispute politiche e simboliche. Di conseguenza, l'analisi dello sport in chiave internazionale non può limitarsi alla sua dimensione istituzionale, ma richiede di incorporare l'azione di attori non statali, la circolazione di narrative e la costruzione di identità, elementi che saranno centrali per comprendere la specificità del vincolo tra Italia e America Latina nei capitoli successivi.

Capitolo 4. America Latina: cultura sportiva e proiezione internazionale

4.1 Lo sport come componente dell'identità regionale

In America Latina, lo sport occupa un posto che supera ampiamente la competizione o l'intrattenimento. Si tratta di una pratica sociale con forte densità simbolica, capace di articolare appartenenze collettive, produrre racconti nazionali e, in certi casi, contribuire alla costruzione di un immaginario regionale condiviso. Sebbene la regione presenti traiettorie storiche, linguistiche e politiche molto diverse, lo sport, e principalmente il calcio, ha funzionato come uno dei pochi linguaggi culturali di circolazione di massa capaci di attraversare tali differenze e generare riferimenti comuni.

In linea con questa prospettiva, organismi internazionali come l'UNESCO hanno evidenziato che lo sport costituisce uno strumento chiave per la costruzione di comunità più inclusive e coese, promuovendo valori condivisi, senso di appartenenza e partecipazione sociale (UNESCO, 2023).

Il calcio occupa una posizione singolare all'interno di questo intreccio di valori condivisi. L'espansione della pratica di questo sport nel XX secolo lo trasformò in un dispositivo privilegiato di identificazione collettiva, tanto sul piano locale quanto su quello nazionale. In America del Sud, i club e le squadre nazionali non solo canalizzarono passioni sportive, ma parteciparono anche all'elaborazione di narrative sull'appartenenza, la modernità, l'ascesa sociale e la rappresentazione popolare. In Paesi come Argentina e Brasile, per esempio, la storiografia ha mostrato che il calcio fu uno spazio particolarmente fertile per discutere chi facesse parte della nazione, come dovessero integrarsi i settori migranti o popolari, e in quale modo lo sport potesse esprimere un'identità nazionale moderna e di massa. Nel caso del Brasile, il fenomeno del "jogo bonito" permette di identificare il Paese con i benefici derivati dalla combinazione di culture (Cambridge University Press, 2017). Da questa prospettiva, lo sport non riflette semplicemente identità preesistenti: contribuisce anche attivamente a produrle e stabilizzarle nello spazio pubblico.

Nonostante la diffusione di massa del calcio, questa immagine sportiva latinoamericana non deve essere compresa in maniera omogenea: insieme alla centralità del calcio, convivono tradizioni nazionali e subregionali nelle quali acquisiscono rilevanza anche il baseball, il pugilato, la pallavolo o persino discipline meno mediatizzate, a seconda del contesto storico e geografico.

Questa diversità obbliga a pensare la cultura sportiva regionale non come un'essenza uniforme, ma come una costellazione di esperienze nazionali connesse da repertori simbolici parzialmente condivisi.

Nei Caraibi e in parte del nord dell'America Latina, il baseball ha svolto funzioni identitarie comparabili, legate tanto a storie nazionali specifiche quanto a vincoli transnazionali con gli Stati Uniti e il mondo caraibico. Per esempio, nel caso di Cuba, il "baseball rivoluzionario" dimostrava cosa significasse essere cubano dopo la rivoluzione del 1959 (Cambridge University

Press, 2017). Allo stesso modo, il pugilato e altre discipline hanno operato, in differenti momenti, come veicoli di riconoscimento popolare, mobilità sociale e prestigio internazionale. Per questo, più che parlare di un'unica identità sportiva latinoamericana, risulta più preciso sostenere che esiste una matrice regionale dove lo sport funziona come meccanismo di identificazione collettiva, sebbene le sue espressioni concrete varino secondo le storie nazionali, le gerarchie culturali e i circuiti internazionali nei quali ogni Paese si inserisce. In questa combinazione di elementi comuni e traiettorie differenziate risiede, precisamente, una delle chiavi per comprendere il ruolo dello sport nella costruzione simbolica dell'America Latina.

4.2 Sport, coesione sociale e disuguaglianza in America Latina

Lo sport in America Latina non svolge soltanto una funzione identitaria, ma si configura anche come uno spazio privilegiato per la costruzione della coesione sociale. In contesti attraversati da disuguaglianze strutturali, frammentazione territoriale e limitazioni nell'accesso ai beni pubblici, le pratiche sportive hanno operato come meccanismi di integrazione, socializzazione e contenimento, particolarmente tra giovani e settori vulnerabili. In questo senso, lo sport è stato progressivamente incorporato nelle agende di sviluppo come uno strumento capace di promuovere inclusione sociale, migliorare la salute e ridurre dinamiche di violenza, specialmente in ambienti urbani segnati dalla precarietà socioeconomica.

Diversi organismi internazionali hanno evidenziato questo potenziale. La Banca Interamericana di Sviluppo (BID), per esempio, sottolinea che lo sport può contribuire a rafforzare abilità socioemotive, generare capitale sociale e promuovere traiettorie di inclusione, specialmente in contesti dove le istituzioni tradizionali presentano deficit di portata o legittimità (BID, 2019). In una linea simile, l'UNESCO ha enfatizzato il ruolo dello sport nella costruzione di comunità più inclusive, promuovendo valori come cooperazione, rispetto e senso di appartenenza (UNESCO, 2023). Queste prospettive coincidono nel considerare lo sport non soltanto come un fine in sé stesso, ma come uno strumento trasversale all'interno di strategie più ampie di sviluppo umano.

Tuttavia, questo potenziale deve essere analizzato in tensione con le condizioni strutturali della regione. Come segnala il BID (2024), l'America Latina è la regione più diseguale del mondo, dove il 10% più ricco della popolazione possiede redditi 12 volte superiori rispetto al 10% più povero. Per esempio, in Colombia, Cile e Uruguay, l'1% della popolazione controlla tra il 37% e il 40% della ricchezza totale del Paese. Queste cifre non possono essere ignorate nell'analizzare il ruolo dello sport nella regione e la sua importanza per contenere e includere settori sociali emarginati.

Come si osserva nella Figura 2, basata sui dati della Banca Mondiale, la percentuale della popolazione in America Latina che si trova all'interno del settore della classe media è aumentata, superando il 40%. Tuttavia, la popolazione nei settori vulnerabili si colloca al di sopra del 30%, mentre la povertà è riuscita a scendere al di sotto del 25%.

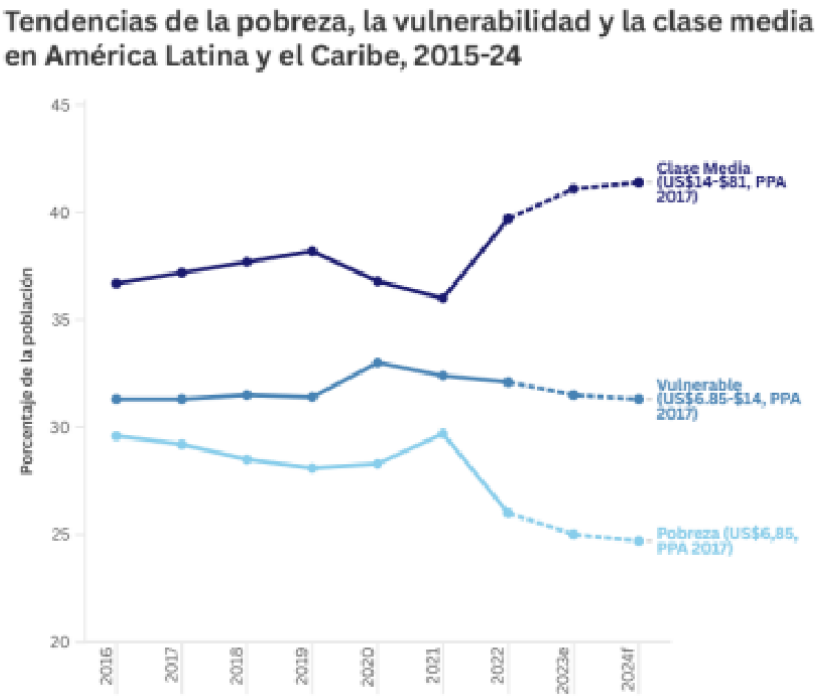


Figura 2. Povertà, vulnerabilità e classe media in America Latina e nei Caraibi (2015–2024, % della popolazione)

Fonte: Banca Mondiale (2024). e = stima; f = previsione.

La Commissione Economica per l'America Latina e i Caraibi (CEPAL) si riferisce anche alla bassa mobilità sociale, che indebolisce i meccanismi di integrazione e coesione (CEPAL, 2025). In questo contesto, l'accesso allo sport, sia in termini di infrastruttura, formazione o continuità nella pratica, si distribuisce anch'esso in maniera diseguale, riproducendo in molti casi le stesse fratture che caratterizzano altri ambiti sociali.

4.3 L'America Latina nella diplomazia sportiva globale

Negli ultimi decenni, l'America Latina ha acquisito una crescente visibilità all'interno della diplomazia sportiva internazionale, tanto attraverso l'organizzazione di megaeventi quanto mediante la proiezione globale dei suoi atleti, club e squadre nazionali. Sebbene storicamente la regione abbia occupato una posizione periferica nei centri decisionali dello sport mondiale, la sua rilevanza culturale e simbolica le ha permesso di consolidarsi come un attore con capacità di influenza in determinati ambiti del sistema sportivo internazionale.

Uno dei principali meccanismi attraverso i quali la regione ha cercato di rafforzare la sua presenza globale è stato l'hosting di grandi eventi sportivi. Il Brasile costituisce il caso più evidente di questa strategia: l'organizzazione dei Giochi Panamericani del 2007, della Coppa del Mondo FIFA 2014 e dei Giochi Olimpici di Rio 2016 rispose a un progetto più ampio di inserimento internazionale e consolidamento come potenza emergente. Questi eventi permisero al Paese di proiettare una narrativa di modernizzazione, capacità organizzativa e diversità culturale, cercando di rafforzare il suo posizionamento internazionale e la sua leadership regionale.

Tuttavia, la partecipazione latinoamericana nella diplomazia sportiva globale non si limita ai megaeventi. La regione ha costruito anche una forte presenza simbolica attraverso l'esportazione di talenti sportivi, principalmente nel calcio, baseball, pugilato e basket. Atleti come Pelé, Diego Maradona, Lionel Messi o Roberto Durán trascendono l'ambito sportivo e diventano figure globali che proiettano immagini associate alle loro nazioni d'origine. In termini di soft power, questi sportivi funzionano come ambasciatori culturali informali, contribuendo alla visibilità internazionale e alla costruzione di reputazione dei loro Paesi.

Nel caso del calcio, l'America Latina occupa un posto centrale nell'economia globale dello sport. La regione è uno dei principali esportatori mondiali di giocatori professionisti, specialmente verso i mercati europei. Questo fenomeno genera non soltanto flussi economici, ma anche connessioni culturali e simboliche che rafforzano la presenza latinoamericana nello scenario sportivo globale. Come segnalano Giulianotti e Robertson (2007), la circolazione internazionale di atleti contribuisce alla formazione di reti transnazionali che articolano identità, mercati e processi di globalizzazione culturale.

Allo stesso tempo, questa centralità sportiva convive con limitazioni strutturali. Molti Paesi della regione affrontano difficoltà per sostenere infrastrutture sportive di qualità, sviluppare programmi di alto livello o competere economicamente con le grandi leghe europee e nordamericane. Questo produce una relazione asimmetrica, dove l'America Latina fornisce talenti e capitale simbolico, ma dipende frequentemente da circuiti esterni per la professionalizzazione e monetizzazione dello sport. In questo senso, la diplomazia sportiva latinoamericana si sviluppa in una tensione permanente tra visibilità globale e dipendenza strutturale.

Nonostante queste limitazioni, la regione ha saputo sfruttare il valore culturale dello sport come elemento di proiezione internazionale. La passione popolare, l'identificazione collettiva con le squadre nazionali e la storica produzione di figure sportive riconosciute globalmente hanno contribuito a consolidare un'immagine dell'America Latina associata al talento, alla creatività e all'emozione sportiva. Questa rappresentazione possiede un forte potenziale diplomatico, poiché permette di generare affinità e riconoscimento in contesti internazionali.

4.4 Vincoli storici e culturali tra Italia e America Latina

La relazione tra Italia e America Latina si sostiene su un intreccio storico, culturale e migratorio di straordinaria profondità, che differenzia questo vincolo da quello che l'Italia mantiene con altre regioni del mondo. Tra la fine del XIX secolo e la metà del XX, milioni di italiani emigrarono verso Paesi latinoamericani, principalmente Argentina, Brasile, Uruguay e Venezuela, configurando una delle più grandi correnti migratorie della storia contemporanea. Questo processo lasciò un'impronta duratura nella struttura sociale, culturale e simbolica della regione.

Nel caso argentino, per esempio, si stima che più del 60% della popolazione possieda qualche tipo di ascendenza italiana, mentre in Brasile risiedono approssimativamente 30 milioni di discendenti di italiani, il che rende il Paese sede della maggiore comunità di origine italiana fuori dall'Italia. Queste cifre evidenziano che la presenza italiana in America Latina non

costituisce un fenomeno marginale, ma una componente strutturale nella formazione delle identità nazionali di diversi Paesi della regione.

L'influenza italiana si manifesta in molteplici dimensioni della vita sociale latinoamericana: la lingua, la gastronomia, l'architettura, la musica e, in maniera particolarmente rilevante, lo sport. Il calcio, in questo senso, costituisce uno degli spazi più visibili di questa interconnessione culturale. Molti club latinoamericani furono fondati da immigrati italiani o possiedono una forte impronta dell'italianità nelle loro origini e simboli. Il caso del Club Sportivo Italiano (già Deportivo Italiano) in Argentina o del Palmeiras in Brasile illustra come lo sport abbia funzionato storicamente come uno spazio di preservazione identitaria e costruzione comunitaria.

Questa dimensione culturale acquisisce particolare rilevanza dal punto di vista della diplomazia pubblica. La presenza di vaste comunità italo-discendenti nella regione facilita l'esistenza di vincoli emozionali e simbolici che ampliano la capacità di influenza culturale dell'Italia. In termini di soft power, questi legami funzionano come una piattaforma naturale di prossimità e affinità, che può essere mobilitata in strategie di cooperazione, scambio e proiezione internazionale.

Allo stesso tempo, la relazione tra Italia e America Latina non si limita all'eredità storica. Negli ultimi anni, si sono sviluppate nuove forme di connessione legate all'educazione, alla cultura, al commercio e allo sport. Programmi di scambio accademico, accordi di cooperazione sportiva e iniziative culturali promosse da ambasciate e istituti italiani contribuiscono a mantenere e aggiornare questi legami in un contesto globale in trasformazione.

Lo sport occupa un posto strategico all'interno di questa relazione contemporanea. La presenza di giocatori latinoamericani nel calcio italiano, i programmi di formazione sportiva e le attività promosse da comunità italo-discendenti rafforzano uno spazio di interazione dove convergono identità, cultura e cooperazione. Questa dinamica mostra che il vincolo tra Italia e America Latina non si esaurisce nella memoria migratoria, ma continua a riprodursi e trasformarsi mediante pratiche sociali e culturali attuali.

4.5 Sport, diaspora e opportunità per la diplomazia italiana

La combinazione tra forte cultura sportiva latinoamericana e presenza storica di comunità italiane nella regione genera condizioni particolarmente favorevoli per lo sviluppo di strategie di diplomazia sportiva da parte dell'Italia. A differenza di altri contesti internazionali dove la proiezione culturale richiede la costruzione di nuovi legami, in America Latina esiste già un capitale simbolico e affettivo associato all'italianità che può essere rafforzato attraverso lo sport.

In questo quadro, le diaspore italiane e italo-discendenti costituiscono attori centrali. Le associazioni sportive, i club sociali, le federazioni regionali e le reti comunitarie collegate all'italianità funzionano come piattaforme di interazione culturale e cooperazione. Molte di queste istituzioni mantengono attività sportive che non solo preservano tradizioni comunitarie, ma favoriscono anche il contatto tra giovani, famiglie e organizzazioni di diversi Paesi.

Dal punto di vista della diplomazia pubblica, queste reti possiedono un valore strategico. Permettono di articolare iniziative sportive, culturali ed educative con un alto livello di legittimità locale, evitando la percezione di imposizione esterna. Allo stesso modo, facilitano la costruzione di relazioni sostenute nel tempo, elemento centrale all'interno delle strategie contemporanee di soft power. In questo senso, lo sport può operare come uno spazio di diplomazia relazionale, basato più sulla prossimità culturale e sulla cooperazione che sulla logica competitiva tradizionale. La presenza del calcio italiano in America Latina rafforza ulteriormente questo potenziale.

Club come Juventus, Milan o Inter possiedono un'importante base di tifosi nella regione, mentre la Serie A mantiene storicamente un alto livello di visibilità in diversi mercati latinoamericani. Parallelamente, numerosi giocatori latinoamericani hanno sviluppato carriere di rilievo nel calcio italiano, contribuendo a consolidare un circuito di scambio sportivo e simbolico tra le due regioni. Questa circolazione di atleti, allenatori e narrative sportive alimenta una connessione culturale che va oltre l'ambito strettamente calcistico.

In termini strategici, lo sport offre all'Italia uno strumento particolarmente efficace per rafforzare la sua presenza in America Latina senza ricorrere a logiche coercitive o esclusivamente economiche. La combinazione tra storia migratoria, prossimità culturale e passione sportiva configura uno scenario favorevole per lo sviluppo di programmi di cooperazione, scambio giovanile, formazione sportiva e diplomazia culturale.

In definitiva, l'America Latina rappresenta uno spazio privilegiato per la diplomazia sportiva italiana. La convergenza tra identità condivise, reti diasporiche e cultura sportiva crea opportunità che difficilmente possono essere replicate in altre regioni del mondo. Comprendere queste dinamiche risulta fondamentale per analizzare il potenziale dello sport come strumento di soft power italiano, tema che verrà approfondito nei capitoli successivi.

Capitolo 5. Studi di caso di diplomazia sportiva in America Latina

5.1 Argentina: il calcio come vettore di proiezione internazionale e diplomazia informale

Il caso argentino costituisce uno degli esempi più chiari di diplomazia sportiva basata sul potere simbolico di figure individuali e sulla centralità culturale del calcio. A differenza di altri Paesi che hanno strutturato politiche statali esplicite, la strategia argentina ha operato storicamente in maniera più diffusa, combinando azioni istituzionali con dinamiche spontanee di proiezione internazionale.

In questo senso, il calcio funziona come una componente centrale del potere morbido argentino. Come segnalano diversi studi, l'identità nazionale si trova profondamente legata a questo sport, il che permette che il suo impatto trascenda l'ambito strettamente sportivo e si proietti verso la politica estera (Estrader, 2023). Questa dimensione si potenzia attraverso figure globali come Diego Maradona e Lionel Messi, che hanno contribuito a consolidare un'immagine internazionale positiva del Paese. Se tra la fine del XX secolo e l'inizio del XXI la parola "Argentina" evocava in ogni parte del mondo il nome di Maradona, oggi lo stesso accade con Messi.

Uno degli esempi più rilevanti del XXI secolo è l'effetto diplomatico generato dalla vittoria della Coppa del Mondo di Qatar 2022. Il trionfo non solo rafforzò la visibilità globale dell'Argentina, ma ebbe conseguenze concrete in termini di relazioni internazionali. Un caso paradigmatico è il vincolo con il Bangladesh, dove l'entusiasmo popolare per la nazionale argentina contribuì alla riapertura dell'ambasciata argentina a Dacca, evidenziando come lo sport possa agire come catalizzatore di decisioni diplomatiche formali (Esteso et al., 2023).

Parallelamente, la Federazione calcistica argentina (Asociación del Fútbol Argentino, AFA) ha cominciato a capitalizzare in maniera più sistematica questo potenziale. Rapporti recenti mostrano come il marchio della nazionale argentina, fortemente associato alla figura di Messi, abbia accresciuto il proprio valore globale, raggiungendo persino mercati non tradizionali, ampliando la portata del soft power argentino oltre i circuiti diplomatici classici. Per esempio, nel gennaio 2026 l'AFA ha rinnovato il proprio accordo di sponsorizzazione regionale in Medio Oriente con la società immobiliare Prestige One Developments. L'accordo include la costruzione della "AFA Tower" a Dubai, con l'obiettivo di rafforzare il posizionamento internazionale nella regione (AFA, 2026). Questo fenomeno riflette anche una tendenza verso l'istituzionalizzazione parziale della diplomazia sportiva, dove attori non statali acquisiscono un ruolo crescente.

In questa stessa linea, un caso recente permette di osservare con chiarezza la dimensione operativa della diplomazia sportiva argentina in contesti di crisi. La liberazione del gendarme argentino Nahuel Gallo in Venezuela, avvenuta nel 2026, si sviluppò in uno scenario di rottura delle relazioni diplomatiche formali tra i due Paesi, il che obbligò a ricorrere a canali alternativi di interlocuzione. In questo contesto, l'AFA assunse un ruolo attivo come mediatore informale, avviando contatti con la Federazione Venezuelana di Calcio, la cui dirigenza mantiene vincoli stretti con il governo venezuelano.

Secondo recenti resoconti giornalistici, i vertici del calcio argentino parteciparono a negoziazioni indirette che contribuirono a sbloccare la situazione, evidenziando come le reti istituzionali del calcio possano operare come canali diplomatici paralleli quando i meccanismi statali tradizionali si trovano bloccati (Página/12, 2026; El País, 2026). Questo episodio risulta particolarmente significativo non solo per il risultato concreto raggiunto, ma anche per il conflitto politico interno che generò in Argentina, dove il governo nazionale cercò di contendere alla federazione il merito dell'operazione.

Al di là delle tensioni domestiche, il caso mette in rilievo una caratteristica distintiva della diplomazia sportiva contemporanea: la sua capacità di articolare attori statali e non statali in schemi flessibili di negoziazione. L'interazione tra federazioni sportive, dirigenti e autorità politiche, in questo caso, in un intreccio che incluse anche connessioni con il governo venezuelano, permise di sostenere un canale di dialogo in un contesto di alta conflittualità bilaterale.

Allo stesso modo, la partecipazione indiretta di terzi attori, tra cui l'Italia, nel quadro dell'avvicinamento politico tra il governo di Giorgia Meloni e l'amministrazione argentina, rafforza l'idea di una diplomazia in rete dove lo sport contribuisce ad abilitare mediazioni multilaterali. In seguito alle divergenze tra il governo di Lula e quello di Milei, il Brasile cessò di rappresentare gli interessi argentini in Venezuela e di custodirne la sede diplomatica; l'Italia accettò quindi di farsi carico della rappresentanza argentina nel Paese (La Nación, 2026).

Così, il caso Nahuel Gallo trascende la sua dimensione congiunturale e diventa un esempio paradigmatico di come la diplomazia sportiva possa operare come meccanismo sostitutivo o complementare della diplomazia formale in scenari di rottura istituzionale.

Un altro aspetto rilevante è l'uso dello sport come strumento di diplomazia culturale e religiosa. Un esempio chiaro si può trovare nella Partita Interreligiosa per la Pace, promossa dal Vaticano, che ha contato sulla partecipazione di figure argentine di primo livello, contribuendo a posizionare il Paese in iniziative globali legate al dialogo e alla cooperazione internazionale (ESPN, 2016). In questi spazi, il capitale simbolico del calcio argentino opera come ponte tra differenti comunità politiche e culturali.

Allo stesso modo, la proiezione internazionale dello sport argentino non si limita al calcio maschile. Discipline come l'hockey femminile, con figure come Luciana Aymar, o il basket con la "Generación Dorada", hanno contribuito a diversificare l'immagine del Paese all'estero, rafforzando una narrativa di eccellenza sportiva e valori associati allo sforzo, alla resilienza e al lavoro di squadra.

Tuttavia, uno dei tratti più distintivi del caso argentino è il carattere informale e decentralizzato della sua diplomazia sportiva. A differenza di modelli più pianificati come quello brasiliano o cinese, l'Argentina ha basato gran parte della sua proiezione sul carisma dei suoi atleti e sulla capacità di generare identificazione emozionale a livello globale. Questo le ha permesso di raggiungere alti livelli di visibilità internazionale, sebbene ponga anche limitazioni in termini di continuità e coordinamento strategico.

In sintesi, il caso argentino mostra come lo sport, e particolarmente il calcio, possa costituire una risorsa diplomatica altamente efficace persino in assenza di una politica statale pienamente

strutturata. La combinazione tra capitale simbolico, figure globali e appropriazione istituzionale crescente configura un modello ibrido, dove la diplomazia sportiva opera tanto dallo Stato quanto dalla società.

5.2 Brasile: megaeventi e cooperazione sportiva come strategia di proiezione internazionale

Il Brasile costituisce uno dei casi più strutturati di diplomazia sportiva in America Latina, caratterizzato da una combinazione di politiche statali, organizzazione di megaeventi e strategie di cooperazione internazionale. A differenza del modello argentino, più diffuso e centrato su figure individuali, il Brasile ha sviluppato una politica relativamente coerente orientata a utilizzare lo sport come strumento di posizionamento globale.

Come già accennato, uno dei traguardi più rilevanti in questo senso fu l'organizzazione della Coppa del Mondo FIFA 2014 e, specialmente, dei Giochi Olimpici di Rio 2016. Questi eventi furono concepiti non solo come avvenimenti sportivi, ma come piattaforme di proiezione internazionale destinate a consolidare l'immagine del Brasile come potenza emergente. In linea con la strategia di politica estera dei governi di Lula da Silva e Dilma Rousseff, lo sport fu integrato in una narrativa più ampia di inserimento internazionale attivo, legata al multilateralismo e alla leadership regionale.

L'organizzazione dei Giochi Olimpici implicò un forte investimento in infrastruttura urbana, trasporto e impianti sportivi, con l'obiettivo di mostrare al mondo un'immagine di modernizzazione e capacità organizzativa. Al di là dei risultati economici, l'evento riuscì a posizionare Rio de Janeiro come una città globale e a rafforzare la visibilità internazionale del Paese (Comitato Olimpico Internazionale, 2017). In termini di diplomazia pubblica, i Giochi funzionarono come una vetrina per proiettare valori associati alla diversità culturale, all'apertura e all'ospitalità brasiliana.

Parallelamente, il Brasile ha sviluppato una dimensione meno visibile ma ugualmente rilevante della sua diplomazia sportiva: la cooperazione internazionale nell'ambito dello sport, particolarmente nello spazio lusofono. Attraverso programmi promossi dal Ministero delle Relazioni Estere (Itamaraty) e dal Ministero dello Sport, il Paese ha promosso scambi tecnici, formazione di allenatori e trasferimento di conoscenze verso Paesi africani di lingua portoghese, come Angola e Mozambico. Queste iniziative si inscrivono in una strategia più ampia di cooperazione Sud-Sud, dove lo sport agisce come strumento di avvicinamento politico e culturale (Ministero delle Relazioni Estere del Brasile, 2016).

Un'altra componente chiave è l'esportazione del suo modello calcistico. Il Brasile non proietta la sua immagine soltanto attraverso la nazionale, ma anche mediante la circolazione globale dei suoi giocatori, allenatori e accademie. La presenza di calciatori brasiliani in leghe di tutto il mondo contribuisce a rafforzare la marca paese, generando un flusso costante di visibilità internazionale. Questo fenomeno si integra con accordi tra club e accademie straniere, che funzionano come vettori di influenza culturale e sportiva.

Nel XXI secolo, inoltre, il Brasile ha incorporato lo sport in agende legate allo sviluppo sociale. Programmi come "Segundo Tempo" hanno cercato di utilizzare la pratica sportiva come

strumento di inclusione e riduzione delle disuguaglianze, proiettando un'immagine internazionale associata all'impegno sociale. Sebbene questi programmi abbiano un focus interno, la loro diffusione internazionale contribuisce a rafforzare il profilo del Paese come attore impegnato con lo sviluppo umano.

Nonostante ciò, il modello brasiliano presenta anche limitazioni. Le critiche legate ai costi dei megaeventi, ai problemi di corruzione e alle proteste sociali durante il Mondiale 2014 e i Giochi Olimpici evidenziarono le tensioni tra la proiezione internazionale e le realtà domestiche. In questo senso, la diplomazia sportiva brasiliana mostra una doppia faccia: da un lato, un'alta capacità di visibilità e proiezione; dall'altro, difficoltà nel sostenere nel tempo i benefici attesi.

In sintesi, il Brasile rappresenta un modello di diplomazia sportiva più istituzionalizzato all'interno della regione, basato sull'organizzazione di megaeventi, la cooperazione internazionale e l'esportazione di capitale sportivo. La sua esperienza dimostra tanto il potenziale quanto i rischi di utilizzare lo sport come strumento di inserimento internazionale, specialmente quando si articola con ambizioni di leadership globale.

5.3 Venezuela: baseball, calcio e diplomazia sportiva in un contesto di isolamento

Il caso venezuelano presenta una particolarità all'interno dell'America Latina: lo sport non solo ha funzionato come risorsa di prestigio internazionale, ma anche come strumento di articolazione politica in scenari di forte polarizzazione, sanzioni e deterioramento dei canali diplomatici formali. In Venezuela, la diplomazia sportiva del XXI secolo appare associata a tre dinamiche concrete: l'utilizzo di eventi sportivi per proiettare immagine statale, lo sfruttamento politico di trionfi sportivi di alta visibilità e l'uso di reti federative come canali alternativi di negoziazione quando la diplomazia tradizionale si trova bloccata.

Un primo caso rilevante fu l'organizzazione della Copa América 2007, presentata dal governo di Hugo Chávez come una vetrina internazionale del Paese. L'evento implicò un forte investimento statale in infrastruttura sportiva e urbana, in linea con una strategia di posizionamento regionale. Tuttavia, analisi successive evidenziarono problemi di extracosti, mancanza di sostenibilità e degrado degli impianti, il che relativizza il suo impatto come strumento di prestigio internazionale (El Estímulo, 2017).

Quel modello si approfondì negli anni successivi con la crescente appropriazione politica dello sport. Durante la Copa América 2011, Chávez utilizzò la partecipazione della nazionale venezuelana come parte della sua narrativa politica, integrando il calcio nella sua strategia comunicativa in un contesto interno complesso (Reuters, 2011). Questo tipo di interventi mostra come lo sport abbia operato simultaneamente come strumento di legittimazione interna e come meccanismo di proiezione simbolica verso l'esterno.

Un secondo caso, più recente e di alto impatto internazionale, fu la vittoria del Venezuela nel World Baseball Classic 2026 dopo aver sconfitto gli Stati Uniti nella finale. Il trionfo ebbe una forte carica simbolica, non solo perché si trattava del primo titolo mondiale del Paese in questo torneo, ma anche per il contesto geopolitico nel quale si produsse. In uno scenario di alta tensione bilaterale, il governo venezuelano capitalizzò il risultato come simbolo di orgoglio

nazionale, decretando persino una giornata di festa nazionale (Reuters, 2026a; Associated Press, 2026). In questo senso, il baseball funzionò come una risorsa di riposizionamento internazionale e come strumento di coesione simbolica di fronte a uno Stato rivale.

Tuttavia, il caso più significativo in termini di diplomazia sportiva operativa è la liberazione del gendarme argentino Nahuel Gallo nel marzo 2026. La detenzione di Gallo aveva teso ulteriormente le relazioni tra Argentina e Venezuela, in un contesto dove i canali diplomatici formali si trovavano severamente deteriorati. Come già ricordato, l'AFA assunse un ruolo attivo nella mediazione, avviando contatti con la Federazione Venezuelana di Calcio, il che permise di aprire una via di dialogo alternativa (El País, 2026; Página/12, 2026).

In sintesi, il caso venezuelano permette di identificare differenti modalità di diplomazia sportiva nel XXI secolo: dall'uso dello sport come strumento di proiezione statale (Copa América 2007), passando per il suo sfruttamento simbolico in contesti di conflitto (World Baseball Classic 2026), fino al suo utilizzo come canale concreto di negoziazione in scenari di rottura diplomatica (caso Nahuel Gallo). In tutti questi casi, lo sport non opera unicamente come veicolo di immagine, ma come uno spazio dove si articolano interessi politici, reti istituzionali e strategie di inserimento internazionale.

5.4 Cuba: sport, ideologia e prestigio internazionale

Il caso cubano rappresenta uno degli esempi più singolari di diplomazia sportiva in America Latina, caratterizzato da una forte articolazione tra sport, ideologia e politica estera. A differenza di altri Paesi della regione, dove lo sport ha operato principalmente come strumento culturale o commerciale, a Cuba esso fu incorporato fin dai primi anni della Rivoluzione come una componente strategica del progetto politico statale.

Dopo il 1959, il governo rivoluzionario guidato da Fidel Castro promosse una profonda trasformazione del sistema sportivo, basata sull'accesso universale, il finanziamento pubblico e la professionalizzazione attraverso lo Stato. Lo sport venne concepito come un diritto sociale e come una dimostrazione concreta della superiorità del modello socialista cubano. In questo quadro, i successi sportivi acquisirono una forte dimensione ideologica, poiché permettevano di proiettare verso l'esterno un'immagine di disciplina, uguaglianza e capacità organizzativa.

Uno degli elementi centrali della diplomazia sportiva cubana furono i risultati olimpici. Nonostante le limitazioni economiche e la ridotta dimensione demografica del Paese, Cuba riuscì a consolidarsi come una delle principali potenze sportive dell'America Latina, specialmente in discipline come pugilato, atletica e baseball. Questi risultati generarono prestigio internazionale e rafforzò la narrativa del governo rivoluzionario, che presentava lo sport come un simbolo dell'efficacia del sistema socialista. Secondo diversi studi, il successo sportivo cubano funzionò come una forma di soft power ideologico durante la Guerra Fredda, specialmente nel Terzo Mondo e nei Paesi non allineati.

Parallelamente, Cuba sviluppò programmi di cooperazione sportiva internazionale, principalmente verso Africa e America Latina. Allenatori, medici sportivi e specialisti cubani parteciparono a missioni di cooperazione in numerosi Paesi, articolando lo sport con la politica estera del governo. Questo modello si inserì nella più ampia strategia internazionalista cubana,

insieme alle missioni mediche ed educative. In questo senso, lo sport operò come uno strumento di diplomazia Sud-Sud, rafforzando vincoli politici e simbolici con governi alleati.

Il baseball occupò un posto centrale all'interno di questa strategia. Considerato uno sport nazionale e profondamente legato all'identità cubana, il baseball fu utilizzato come simbolo di sovranità culturale di fronte all'influenza statunitense. Le competizioni internazionali contro gli Stati Uniti acquisirono frequentemente un significato politico che trascendeva l'ambito sportivo, specialmente durante il periodo della Guerra Fredda. Questo conferma che la diplomazia sportiva cubana non si limitava alla proiezione culturale, ma possedeva una forte dimensione ideologica e geopolitica.

Tuttavia, il modello cubano ha affrontato importanti trasformazioni nel XXI secolo. La crisi economica, la crescente emigrazione di atleti e l'apertura parziale verso il professionismo hanno modificato il funzionamento tradizionale del sistema sportivo. Molti sportivi cubani hanno sviluppato le loro carriere all'estero, specialmente negli Stati Uniti e in Europa, il che ha generato tensioni tra il controllo statale e la globalizzazione dello sport. Nonostante ciò, il prestigio storico dello sport cubano continua a costituire una risorsa importante della sua immagine internazionale.

In sintesi, Cuba rappresenta un modello di diplomazia sportiva fortemente statalizzato e ideologizzato, dove lo sport fu utilizzato come strumento di legittimazione interna e proiezione internazionale. Il suo caso dimostra come il soft power sportivo possa articolarsi non soltanto con obiettivi culturali o economici, ma anche con progetti politici e ideologici di lunga durata.

5.5 Messico: sport, globalizzazione e vicinanza con gli Stati Uniti

Il Messico occupa una posizione particolare all'interno della diplomazia sportiva latinoamericana, determinata dalla sua prossimità geografica, economica e culturale con gli Stati Uniti. Questa relazione ha influenzato profondamente lo sviluppo del suo sistema sportivo e la sua proiezione internazionale, generando una dinamica ibrida dove convivono elementi della cultura sportiva latinoamericana con forti influenze nordamericane.

Uno dei principali strumenti di diplomazia sportiva messicana è stata l'organizzazione di megaeventi. Il Messico fu il primo Paese latinoamericano a ospitare una Coppa del Mondo FIFA, nel 1970, e successivamente tornò a organizzarla nel 1986. Entrambi gli eventi contribuirono a consolidare l'immagine del Paese come un attore con capacità organizzativa e rilevanza globale all'interno del calcio internazionale. Il Mondiale del 1970, inoltre, possiede un forte valore simbolico per essere stato il primo trasmesso globalmente a colori e per aver consolidato figure iconiche come Pelé.

Nel XXI secolo, il Messico ha continuato a utilizzare lo sport come piattaforma di visibilità internazionale, sebbene in un quadro più regionalizzato e commercializzato. L'integrazione crescente con il mercato sportivo statunitense si riflette nella presenza di franchigie, eventi e leghe condivise. Un esempio chiaro è l'espansione della NBA e della NFL in territorio messicano, così come la crescente internazionalizzazione della Liga MX. Questa dinamica rende il Messico un ponte sportivo tra America Latina e Nord America.

Il calcio continua a essere il principale vettore simbolico del soft power messicano. La nazionale e i grandi club del Paese possiedono un'enorme capacità di mobilitazione identitaria, tanto all'interno del Messico quanto nelle comunità migranti negli Stati Uniti. In questo senso, la diaspora messicana svolge un ruolo chiave nella proiezione internazionale dello sport nazionale. Le partite della nazionale messicana in territorio statunitense, per esempio, generano un vasto seguito e funzionano come spazi di riaffermazione culturale e nazionale.

Allo stesso tempo, il Messico ha cercato di articolare lo sport con strategie di turismo, investimento e marca paese. Eventi come il Gran Premio di Formula 1 a Città del Messico o la partecipazione come co-organizzatore del Mondiale FIFA 2026 insieme a Stati Uniti e Canada riflettono questa logica di inserimento internazionale. Questi eventi permettono di associare l'immagine del Paese a valori come modernità, apertura e capacità organizzativa.

Tuttavia, il caso messicano mostra anche alcune tensioni caratteristiche della diplomazia sportiva contemporanea. La forte dipendenza dal mercato sportivo nordamericano limita in parte l'autonomia della sua proiezione internazionale, mentre problemi interni legati alla sicurezza e alla violenza incidono frequentemente sull'immagine esterna del Paese. In questo quadro, lo sport opera simultaneamente come strumento di prestigio e come spazio dove emergono le contraddizioni strutturali della società messicana.

In sintesi, il Messico rappresenta un modello di diplomazia sportiva fortemente influenzato dalla globalizzazione e dalla sua relazione con gli Stati Uniti. La sua capacità di organizzare eventi, mobilitare la diaspora e articolarsi con il mercato sportivo nordamericano gli conferisce una posizione strategica all'interno del panorama sportivo continentale.

5.6 Elementi comuni e differenze nei modelli latinoamericani

L'analisi dei casi di Argentina, Brasile, Venezuela, Cuba e Messico permette di identificare sia tratti condivisi sia differenze significative nelle forme che assume la diplomazia sportiva in America Latina. Sebbene ogni Paese sviluppi strategie condizionate dalla propria storia politica, capacità economica e cultura sportiva, esistono elementi regionali comuni che configurano un modello latinoamericano differenziato rispetto ad altre esperienze internazionali.

Uno dei principali elementi condivisi è la centralità dello sport come vettore di identità nazionale e coesione simbolica. In tutti i casi analizzati, lo sport trascende la dimensione ricreativa o competitiva e diventa un linguaggio di appartenenza collettiva, capace di mobilitare emozioni e rappresentazioni nazionali. Questa forte carica simbolica spiega perché lo sport acquisisca rilevanza all'interno delle strategie di proiezione internazionale della regione.

Un secondo elemento comune è l'importanza delle figure individuali come ambasciatori culturali informali. Sportivi come Maradona, Messi, Pelé o gli atleti olimpici cubani hanno contribuito a costruire immagini globali positive dei loro Paesi, frequentemente al di là delle politiche statali formali. Questo evidenzia una caratteristica distintiva della diplomazia sportiva latinoamericana: il peso del capitale simbolico personale nella costruzione del soft power.

Tuttavia, esistono importanti differenze nei livelli di istituzionalizzazione. Brasile e Cuba rappresentano modelli più statalizzati e pianificati, dove lo sport viene incorporato

esplicitamente nelle strategie di politica estera o di legittimazione politica. Al contrario, l'Argentina mostra un modello più decentralizzato e spontaneo, fortemente basato sul carisma dei suoi atleti e sulla capacità del calcio di generare identificazione globale. Il Messico, da parte sua, combina elementi di proiezione culturale con una forte articolazione commerciale e regionale, mentre il Venezuela utilizza lo sport in maniera più congiunturale e politica in contesti di isolamento internazionale.

Allo stesso modo, si osservano differenze nei principali strumenti utilizzati. Mentre il Brasile ha privilegiato l'organizzazione di megaeventi e la cooperazione internazionale, Cuba si è concentrata sui risultati olimpici e sulle missioni sportive all'estero. L'Argentina ha basato gran parte della sua proiezione sul calcio globale e sul peso delle sue figure individuali, mentre il Messico ha sfruttato la sua integrazione con il mercato sportivo nordamericano. In Venezuela, invece, lo sport ha acquisito maggiore rilevanza come risorsa simbolica in contesti di tensione diplomatica.

Un'altra differenza rilevante riguarda il rapporto tra diplomazia sportiva e contesto interno. In tutti i casi, lo sport viene utilizzato per proiettare immagini positive verso l'esterno, ma il grado di coerenza tra questa narrativa internazionale e la realtà domestica varia considerevolmente. Le proteste durante il Mondiale brasiliano, le crisi economiche venezuelane o le limitazioni strutturali del modello cubano mostrano che il soft power sportivo può entrare in tensione con le condizioni interne dei Paesi.

Nonostante queste differenze, i casi analizzati permettono di identificare una caratteristica comune della diplomazia sportiva latinoamericana: la sua forte componente culturale ed emozionale. A differenza di modelli più orientati al prestigio tecnologico o alla modernizzazione infrastrutturale, in America Latina lo sport tende a proiettare immagini associate alla passione, al talento, alla creatività e alla vicinanza popolare. Questa specificità conferisce alla regione un capitale simbolico distintivo all'interno dello scenario sportivo globale.

In definitiva, l'America Latina mostra una pluralità di modelli di diplomazia sportiva, ma tutti condividono la capacità dello sport di funzionare come uno strumento di proiezione internazionale, costruzione identitaria e articolazione politica. Comprendere queste convergenze e divergenze risulta fondamentale per analizzare il potenziale della diplomazia sportiva italiana nella regione, tema che verrà affrontato nel capitolo successivo.

Capitolo 6. Italia e America Latina: relazioni bilaterali e dialogo culturale

6.1 Panorama delle relazioni bilaterali esistenti: cooperazione, diaspora e cultura

Le relazioni tra Italia e America Latina presentano una caratteristica distintiva all'interno del sistema internazionale: la loro densità non si spiega unicamente attraverso vincoli diplomatici formali, ma tramite una base sociale profondamente radicata in processi migratori di lunga durata. In questo senso, la diaspora italiana costituisce un vettore strutturale della relazione, operando come un canale permanente di scambio culturale, economico e sociale. Nell'analizzare questa dimensione, risulta importante segnalare che l'America Latina continua a essere una delle principali destinazioni storiche e contemporanee dell'emigrazione italiana.

Nel caso argentino, la relazione bilaterale si è sostenuta su molteplici dimensioni: diplomatica, economica, scientifica e culturale, con una continuità che trascende congiunture politiche specifiche. Questa persistenza permette di identificare un modello di "interdipendenza sociale", dove attori non statali, come associazioni, università ed enti culturali, svolgono un ruolo centrale nella riproduzione del vincolo (Larsen, 2018).

Inoltre, la politica estera italiana ha iniziato a riconoscere in maniera più esplicita il potenziale strategico di questi legami. Negli ultimi anni, il Ministero degli Affari Esteri ha rafforzato la sua presenza in America Latina, evidenziando il ruolo delle comunità italiane come ponte per la cooperazione e la proiezione internazionale del Paese (Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, 2024).

All'interno di questo schema, lo sport comincia ad acquisire una rilevanza crescente come strumento di diplomazia pubblica. Un indicatore concreto di questa tendenza è l'istituzionalizzazione della "Giornata dello Sport Italiano nel Mondo", promossa dalla Farnesina. In Argentina, questa iniziativa si è tradotta in azioni specifiche con club di alto profilo come River Plate e Boca Juniors, così come in programmi orientati a rafforzare la cooperazione sportiva bilaterale (Ambasciata d'Italia in Argentina, 2024a). Per esempio, nel settembre 2025 l'evento si è svolto in Argentina con la partecipazione di 150 studenti delle scuole italiane di Buenos Aires e di funzionari dell'Ambasciata e del Consolato, che ne hanno sottolineato il carattere istituzionale (Boca Juniors, 2025).

Allo stesso tempo, risulta pertinente incorporare il caso brasiliano come antecedente storico.

La letteratura accademica ha mostrato come il calcio abbia funzionato come uno spazio di integrazione per l'immigrazione italiana, particolarmente attraverso club come l'allora Palestra Itália (attuale Palmeiras), fondato nel 1914. Questi spazi non solo permisero la socialità delle comunità migranti, ma contribuirono anche alla costruzione di identità nazionali ibride (Bocketti, 2008).

In definitiva, la relazione tra Italia e America Latina si appoggia su tre pilastri fondamentali: una diaspora estesa, una rete istituzionale consolidata e una memoria culturale condivisa. Lo sport, in questo contesto, non appare come un fenomeno isolato, ma come un'estensione

naturale di questi legami, con capacità di rafforzare la visibilità internazionale e generare nuove occasioni di cooperazione.

6.2 Istituti italiani di cultura, università e legami con le comunità italiane

La presenza istituzionale italiana in America Latina costituisce uno dei pilastri più consistenti della sua strategia di proiezione internazionale. A differenza di altri attori esterni, l'Italia non parte da una presenza esogena, ma da una rete costruita storicamente a partire dalla diaspora, che successivamente fu istituzionalizzata mediante politiche culturali, educative e scientifiche. In questo senso, la combinazione tra associazioni storiche, istituzioni statali e università permette di configurare un intreccio particolarmente efficace di diplomazia pubblica.

All'interno di questo intreccio, l'Associazione Dante Alighieri di Buenos Aires occupa un 57 posto centrale. La stessa istituzione si presenta come un punto di riferimento nell'insegnamento della lingua italiana e nella diffusione della sua cultura, con più di un secolo di traiettoria nella capitale. La sua rilevanza supera ciò che è strettamente linguistico: la certificazione PLIDA, le attività culturali, i corsi e la connessione con la comunità italo-discendente fanno della Dante uno spazio di riproduzione identitaria e di contatto continuo con l'Italia. Nella logica della diplomazia pubblica, questo tipo di enti svolge una funzione strategica perché traduce il patrimonio culturale italiano in esperienze concrete e accessibili per il pubblico locale (Asociación Dante Alighieri de Buenos Aires, s.d.).

A ciò si aggiunge il ruolo degli Istituti Italiani di Cultura, specialmente quello di Buenos Aires, che dipende dallo Stato italiano e agisce come strumento formale di proiezione culturale. Tra le sue funzioni attuali si trova la promozione della lingua e della cultura italiana, così come la gestione delle borse di studio offerte dal governo italiano a cittadini argentini e a italiani residenti all'estero. Nei bandi recenti, il MAECI ha esplicitato che tali borse cercano di favorire la cooperazione nell'ambito culturale, scientifico e tecnologico, il che permette di osservare con chiarezza che la politica educativa fa parte di una strategia più ampia di presenza internazionale (Istituto Italiano di Cultura di Buenos Aires, 2024; Istituto Italiano di Cultura di Buenos Aires, 2025).

Sul piano universitario, il caso più emblematico è quello del Centro di Alti Studi dell'Università di Bologna a Buenos Aires. L'Università di Bologna lo identifica come il suo campus in Argentina e, all'interno della sua struttura multicampus, come una delle sue sedi internazionali. Questa esperienza possiede un valore simbolico e istituzionale considerevole, poiché collega una delle università più antiche e prestigiose d'Europa con l'America Latina in maniera stabile.

Inoltre, la sede non si limita a offrire corsi post-laurea: sviluppa anche programmi di mobilità e semestri accademici a Buenos Aires per studenti di Bologna, il che trasforma il campus in uno spazio di circolazione bidirezionale, e non soltanto di irradiazione culturale unilaterale (Università di Bologna, 2025).

A sua volta, all'interno dell'UBA esiste il Centro Italo-Argentino di Alti Studi, che promuove, tra diverse iniziative, il Diploma in Studi e gestione delle istituzioni della collettività italiana in Argentina.

In termini simili, l'Istituto Universitario Italiano di Rosario (IUNIR) costituisce un altro caso rilevante di istituzionalizzazione della presenza italiana nel campo educativo. Lo IUNIR collega le sue origini all'Ospedale Italiano Garibaldi di Rosario e presenta una traiettoria legata alla formazione superiore in salute. Secondo la stessa istituzione, le sue attività accademiche iniziarono nel 2001, consolidando un'articolazione tra assistenza medica, educazione universitaria e cooperazione professionale.

L'Ospedale Italiano di Buenos Aires deve anch'esso essere considerato all'interno di questa mappa istituzionale ampliata. La sua storia ufficiale rimanda alla Società Italiana di Beneficenza, creata nel 1853 con l'obiettivo di fondare un ospedale per la comunità. Con il passare del tempo, l'istituzione si trasformò in un centro di riferimento nell'assistenza, nella didattica e nella ricerca, e questa evoluzione risulta particolarmente significativa per il presente rapporto: dimostra che l'impronta italiana in Argentina non rimase circoscritta alla memoria dell'immigrazione, ma produsse capacità permanenti in settori di alto valore sociale e professionale. In altre parole, l'ospedale esprime una forma di cooperazione storica che poi si proietta verso l'educazione, la ricerca e il collegamento internazionale (Hospital Italiano de Buenos Aires, 2013).

In Brasile, per esempio, la presenza italiana si traduce anch'essa in una rete istituzionale consolidata. Le associazioni culturali italiane, insieme agli Istituti Italiani di Cultura, concentrati nelle grandi città, svolgono un ruolo centrale nell'insegnamento della lingua, nell'organizzazione di eventi culturali e nell'articolazione con i discendenti degli immigrati.

Questa presenza trova sostegno nel peso storico dell'immigrazione italiana nel Paese, particolarmente tra la fine del XIX secolo e l'inizio del XX, il che spiega la persistenza di un'identità italo-brasiliana attiva sul piano culturale e sociale (Biblioteca Nacional do Brasil, 2024).

In termini educativi, la cooperazione universitaria presenta anche esempi rilevanti al di fuori dell'Argentina. In Brasile, molteplici accordi interuniversitari hanno facilitato la mobilità accademica e lo sviluppo di progetti congiunti, specialmente in aree come ingegneria, architettura e scienze sociali. Questo tipo di cooperazione risponde a una logica più orizzontale, dove lo scambio non si limita alla diffusione culturale, ma implica la co-produzione di conoscenza (Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, 2025).

Da parte sua, in Cile, la presenza italiana ha adottato una forma istituzionale differente, ma ugualmente significativa. Per esempio, club come Audax Italiano, insieme ad associazioni culturali ed educative, hanno funzionato come spazi di preservazione identitaria e di articolazione comunitaria. La letteratura accademica mostra che questi spazi non solo operarono come centri sociali, ma anche come ambiti di trasmissione culturale, dove la lingua, le tradizioni e le pratiche sportive si integrarono in una stessa logica comunitaria (Arias Inostroza, 2018).

Inoltre, gli Istituti Italiani di Cultura distribuiti nella regione costituiscono il principale strumento formale dello Stato italiano per la diffusione culturale. Tra le loro funzioni si distinguono l'insegnamento della lingua, l'organizzazione di attività artistiche e la promozione di borse di studio. Negli ultimi anni, queste istituzioni hanno rafforzato il loro ruolo come

piattaforme di cooperazione, articolando progetti che combinano cultura, educazione e scienza (Istituto Italiano di Cultura, 2024).

A questo punto, risulta importante segnalare il ruolo delle borse di studio del MAECI, che operano come un meccanismo chiave per la costruzione di vincoli a lungo termine. Queste borse, destinate a studenti latinoamericani e a cittadini italiani all'estero, cercano di promuovere la formazione in Italia in aree strategiche, generando reti professionali e accademiche che poi si proiettano nei Paesi di origine. Dalla prospettiva della diplomazia pubblica, questo tipo di strumenti ha un alto impatto, poiché contribuisce alla formazione di élite con vincoli diretti con l'Italia (Ambasciata d'Italia in Argentina, 2025).

Nell'analizzare questo intreccio nel suo insieme, emerge un modello chiaro: la presenza italiana in America Latina si appoggia su una logica di "istituzionalizzazione della diaspora". Vale a dire, le comunità migranti non solo generarono spazi di socialità, ma questi furono progressivamente formalizzati in istituzioni educative, culturali e scientifiche che oggi funzionano come vettori di cooperazione internazionale.

Di conseguenza, lo sport non appare come un fenomeno isolato, ma come una dimensione ulteriore all'interno di questo ecosistema: club, associazioni e reti sportive si inseriscono su questa base istituzionale preesistente, il che spiega la loro capacità di funzionare come strumenti efficaci di diplomazia pubblica. In caso contrario, senza questa infrastruttura culturale ed educativa, il loro impatto sarebbe considerevolmente più limitato.

6.3 Progetti sportivi italo-latinoamericani esistenti

Come si è visto, lo sport costituisce uno degli ambiti dove la relazione tra Italia e America Latina acquisisce maggiore visibilità e, allo stesso tempo, maggiore densità simbolica. A differenza di altri strumenti di diplomazia pubblica, lo sport combina elementi identitari, emozionali e istituzionali, il che lo rende un canale particolarmente efficace per rafforzare vincoli storici preesistenti. In questo senso, i progetti sportivi italo-latinoamericani non devono essere interpretati come iniziative isolate, ma come espressioni di una relazione sociale di lunga durata.

Uno dei casi più emblematici nella regione è quello del Brasile. Lì, il club Sociedade Esportiva Palmeiras, fondato come Palestra Itália, nacque esplicitamente come un'istituzione della collettività italiana a San Paolo. La sua creazione rispose alla necessità di generare uno spazio di socialità, identità e rappresentazione per gli immigrati italiani in un contesto di forte espansione migratoria. La letteratura accademica ha mostrato che questi club non solo funzionarono come spazi sportivi, ma anche come ambiti di negoziazione identitaria tra l'"italianità" e la costruzione di un'identità nazionale brasiliana (Araújo, 1996; Bocketti, 2008).

In una linea simile, il caso cileno offre un esempio rilevante con il già menzionato Club Audax Italiano, fondato nel 1910 da immigrati italiani a Santiago. Come in Brasile, questo tipo di istituzioni permise di articolare la vita comunitaria attraverso lo sport, consolidando reti sociali e culturali che trascendevano ciò che era strettamente calcistico. Studi recenti mostrano che questi club operano come spazi di riproduzione culturale, ma anche come piattaforme di

integrazione nella società locale, evidenziando il doppio carattere, identitario e integratore, dello sport in contesti migratori (Iturriaga Guerrero, 2015).

In Argentina, la tradizione di club legati alla collettività italiana presenta anch'essa casi significativi. Il Club Sportivo Italiano, fondato nel 1955, costituisce un esempio paradigmatico di istituzionalizzazione sportiva della comunità migrante. Fin dalla sua origine, il club si propose di preservare i legami culturali italiani attraverso lo sport, generando uno spazio di appartenenza per i discendenti degli immigrati (Club Sportivo Italiano, 2026).

Inoltre, altre istituzioni come Vélez Sarsfield sono state oggetto di iniziative recenti di diplomazia sportiva promosse dall'Ambasciata d'Italia, come la presentazione di una maglia "tricolore" che rafforza simbolicamente i vincoli storici tra le due parti (Ambasciata d'Italia in Argentina, 2026).

È importante evidenziare che questo stretto legame si riflette su entrambe le sponde dell'Atlantico: esistono infatti anche istituzioni italiane con legami simbolici o identitari con la regione latinoamericana. Un esempio illustrativo è il Virtus Entella, club italiano che ha incorporato nella sua identità elementi legati all'Argentina, includendo l'uso di colori associati alla bandiera argentina. Uno dei suoi fondatori, Enrico Sannazzari, aveva vissuto in Argentina, e decise di rendere omaggio al Paese che tante opportunità offrì ai cittadini italiani che decisero di emigrare.

Questo tipo di casi risulta particolarmente interessante dalla prospettiva della diplomazia pubblica, poiché evidenzia una circolazione bidirezionale di simboli e identità, dove anche l'America Latina lascia la sua impronta nel sistema sportivo italiano.

Al di là dei club, un altro vettore fondamentale di connessione sportiva è costituito dagli atleti con traiettorie transnazionali. Nel calcio, il caso di Mauro Camoranesi risulta paradigmatico: nato in Argentina, rappresentò l'Italia e fu campione del mondo nel 2006, facendo parte del gruppo di giocatori denominati "oriundi" (FIFA, 2022). Questa dinamica è tuttora attuale, come dimostrano giocatori come Mateo Retegui, attaccante nato in Argentina che si è consolidato come titolare della nazionale italiana. Secondo quanto indicato dal quotidiano Olé (2023), sono 23 i calciatori nati in Argentina che hanno vestito la maglia della nazionale italiana. Tra loro si distinguono Franco Vázquez, Ezequiel Schelotto, Gabriel Paletta, Omar Sivori e Bruno Pesaola.

Numerosi casi analoghi riguardano il rapporto tra Brasile e Italia. Uno dei casi più paradigmatici e attuali è quello di Jorginho, nato nello Stato di Santa Catarina, Brasile, che ha scelto di rappresentare la nazionale italiana, con cui ha vinto il Campionato Europeo UEFA 2020 (disputato nel 2021), trasformando tra l'altro il rigore decisivo nella semifinale contro la Spagna. Altri casi riconosciuti sono Thiago Motta, Amauri, Éder e José Altafini (soprannominato "Mazzola" in Brasile).

Nel rugby, la relazione italo-argentina presenta una densità ancora maggiore: figure come Sergio Parisse, nato in Argentina e storico capitano della nazionale italiana, o Martín Castrogiovanni, anch'egli di origine argentina, riflettono come la doppia appartenenza possa tradursi in traiettorie sportive di alto livello. Questo fenomeno non risponde soltanto a criteri di eleggibilità per discendenza, ma esprime anche una continuità culturale tra le due comunità (World Rugby, 2024; ESPN, 2025).

Anche nel tennis si registrano casi simili, il più recente dei quali è quello di Luciano Darderi, giocatore professionista che rappresenta l'Italia, ma che è nato e cresciuto nella città di Villa Gesell (Argentina).

Da una prospettiva istituzionale, queste dinamiche hanno iniziato a essere incorporate esplicitamente all'interno della politica estera italiana. La creazione della "Giornata dello Sport Italiano nel Mondo", menzionata in precedenza, e lo sviluppo di programmi come "La diplomazia sportiva: un ponte di collaborazioni tra Italia e Argentina" mostrano che lo sport viene progressivamente integrato come strumento di proiezione internazionale (Ambasciata d'Italia in Argentina, 2024b).

Nell'analizzare nel loro insieme questi casi, emerge un modello chiaro: lo sport funziona come uno spazio di articolazione tra identità, comunità e internazionalizzazione. I club della collettività, gli atleti con traiettorie transnazionali e le iniziative istituzionali convergono in uno stesso punto, dove lo sport agisce come linguaggio comune tra Italia e America Latina.

Di conseguenza, più che un ambito marginale, lo sport appare come una componente strutturale del vincolo italo-latinoamericano. La sua capacità di generare appartenenza, visibilità e cooperazione lo posiziona come uno strumento particolarmente prezioso all'interno della diplomazia pubblica contemporanea. Questo potenziale, tuttavia, si trova ancora parzialmente sottoutilizzato, il che apre un campo di opportunità che verrà sviluppato nel capitolo successivo.

6.4 Indicatori quantitativi della relazione italo-latinoamericana

L'analisi della relazione tra Italia e America Latina acquisisce maggiore consistenza quando si incorporano indicatori quantitativi che permettano di dimensionare la reale portata di questi vincoli. In questo senso, l'evidenza empirica mostra che la presenza italiana nella regione non solo è storicamente significativa, ma continua ad avere un peso strutturale nell'attualità, tanto in termini demografici quanto istituzionali.

6.4.1 Dimensione migratoria e cittadinanza

Uno dei principali indicatori del vincolo italo-latinoamericano è il numero di cittadini italiani residenti all'estero. Secondo dati dell'Istituto Nazionale di Statistica d'Italia (ISTAT), nel 2024 risultavano 6.382.000 cittadini italiani residenti all'estero. Di questo numero, il 40,9% si trova in America Latina. Il dato è aumentato rispetto all'anno precedente, anche grazie al riconoscimento di 121.000 nuove cittadinanze e a un saldo migratorio netto di quasi 103.000 cittadini, valori quasi doppi rispetto a quelli del 2023.

Tabella 2. Cittadini italiani residenti in America Latina (principali Paesi)

Paese	Cittadini italiani registrati
Argentina	~987.000
Brasile	~671.000
Venezuela	~118.000
Uruguay	~116.000
Cile	~69.000
Perù	~37.000

Fonte: ISTAT (2025).

I dati della Tabella 2 mostrano che Argentina e Brasile concentrano più del 60% della presenza italiana nella regione; l'Argentina, in particolare, è il primo Paese al mondo per numero di cittadini italiani residenti, davanti a Germania (846.000) e Francia (483.000). Risulta importante segnalare che una parte considerevole di questi cittadini non è nata in Italia, ma ha acquisito la cittadinanza per discendenza. Questo fenomeno costituisce un indicatore indiretto della persistenza del vincolo intergenerazionale.

Nel caso argentino, inoltre, la dinamica di acquisizione della cittadinanza italiana continua a essere rilevante. Negli ultimi anni, sono state concesse approssimativamente 50.000 nuove cittadinanze, il che riflette non solo la persistenza del legame giuridico, ma anche l'interesse delle nuove generazioni nel riconnettersi con le proprie origini (Fondazione Migrantes, 2024).

6.4.2 Infrastruttura istituzionale e reti comunitarie

La presenza italiana in America Latina non si limita al piano demografico, ma si traduce in un'estesa rete istituzionale. In Argentina, per esempio, esistono più di 2.000 associazioni italiane, che includono club, centri culturali, federazioni regionali ed enti educativi.

A livello regionale, questa infrastruttura si integra con la rete degli Istituti Italiani di Cultura, distribuiti nelle principali capitali latinoamericane (Buenos Aires, San Paolo, Rio de Janeiro, Santiago del Cile, Lima, Città del Messico, tra le altre). Queste istituzioni costituiscono il principale strumento formale dello Stato italiano per la diffusione culturale.

Sul piano educativo, la cooperazione si esprime in:

- università italiane con presenza nella regione
- accordi interuniversitari
- programmi di mobilità accademica

Allo stesso modo, il sistema di borse di studio del governo italiano (MAECI) funziona come un indicatore quantificabile di cooperazione educativa. Ogni anno, centinaia di studenti latinoamericani accedono a programmi di formazione in Italia, particolarmente in aree come ingegneria, scienze sociali, arte e tecnologia (Istituto Italiano di Cultura, 2024).

6.4.3 Indicatori economici e di cooperazione

In termini economici, la relazione tra Italia e America Latina si esprime in indicatori concreti legati all'investimento estero diretto, al commercio bilaterale e alla presenza imprenditoriale.

A differenza della dimensione culturale, questi dati permettono di dimensionare con maggiore precisione la reale portata del vincolo ed evidenziano che si tratta di una relazione attiva e strutturata.

Nel caso argentino, la presenza imprenditoriale italiana costituisce uno dei principali pilastri della relazione bilaterale. Attualmente, più di 300 imprese italiane operano nel Paese, generando approssimativamente 16.500 posti di lavoro diretti e uno stock di investimento vicino a 1 miliardo di dollari (Infobae, 2025). Questi investimenti si concentrano in settori strategici come energia, siderurgia, infrastruttura e industria manifatturiera. In questo contesto, gruppi come Techint illustrano in maniera chiara l'articolazione tra capitale italiano e sviluppo industriale argentino, consolidando una presenza che combina radici storiche con proiezione regionale.

Al di fuori dell'Argentina, il Brasile si posiziona come il principale partner economico dell'Italia in America Latina. La portata del legame si riflette nella presenza di più di 1.100 imprese italiane in territorio brasiliano (Anslatina, 2025), che generano migliaia di posti di lavoro. Allo stesso modo, il commercio bilaterale tra i due Paesi supera i 10 miliardi di dollari annuali (Italianismo, 2024), il che colloca l'Italia tra i principali partner europei del Brasile (ICE Agenzia, 2024). Questo interscambio si struttura principalmente attorno a settori industriali, tra cui spiccano l'industria automobilistica, con la presenza storica della FIAT, oggi integrata in Stellantis, i macchinari industriali e l'energia. In questo senso, la relazione italo-brasiliana non possiede soltanto un carattere commerciale, ma si appoggia su una forte integrazione produttiva.

Nel caso del Messico, la relazione economica con l'Italia ha acquisito un crescente dinamismo 64 negli ultimi anni. Il Paese ospita più di 1.700 imprese con partecipazione italiana (Governo del Messico, 2024), distribuite principalmente nei settori automobilistico, energetico, infrastrutturale e manifatturiero. A sua volta, l'interscambio commerciale supera i 9 miliardi di dollari annuali, il che rende il Messico uno dei principali partner latinoamericani dell'Italia.

La presenza di imprese come Pirelli, Enel o Ferrero riflette una strategia di inserimento produttivo di lungo periodo, fortemente articolata con il mercato nordamericano.

Da parte sua, il Cile e il Perù presentano anch'essi vincoli economici rilevanti, sebbene di minore scala. In questi casi, la cooperazione si concentra principalmente su energia, estrazione mineraria, infrastruttura e sviluppo sostenibile, ambiti nei quali le imprese italiane hanno consolidato una presenza crescente. Questo permette di osservare che la proiezione italiana in America Latina non si limita ai Paesi con forte immigrazione storica, ma si espande anche verso mercati strategici della regione.

Allo stesso modo, la cooperazione italiana in America Latina si manifesta attraverso programmi di sviluppo e finanziamento. L'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo (AICS) ha promosso iniziative in aree come sicurezza alimentare, sostenibilità ambientale, salute ed educazione, specialmente in Paesi dell'America Centrale e dei Caraibi. Sebbene queste politiche non siano direttamente legate allo sport, contribuiscono a rafforzare la presenza italiana e a consolidare un'immagine associata alla cooperazione e allo sviluppo umano.

6.5 Programmi di cooperazione sportiva Italia–America Latina attualmente vigenti

In questo paragrafo si presenta un elenco verificabile (con fonti pubbliche ufficiali o primarie) di programmi sportivi tra l'Italia e Paesi latinoamericani iniziati o attivi tra il 2023 e la data di pubblicazione del presente rapporto. Si includono formati bilaterali e multilaterali, pubblici e privati, e livelli professionale, amatoriale, giovanile e universitario.

I criteri di inclusione applicati nella ricerca sono stati:

- Esistenza di una struttura di programma (iniziativa continuativa, rete, accordo operativo o evento ricorrente/inquadrato in una rassegna ufficiale) con evidenza documentale nel periodo.
- Partecipazione di almeno un'entità italiana e un'entità/territorio latinoamericano.
- Se un programma nasce prima del 2023, si include solo se esiste evidenza di attività/vigenza durante il 2026 (per esempio, reti Inter Campus, accademie).

È importante chiarire che non esiste un registro unico che includa tutti i programmi di cooperazione sportiva tra l'Italia e ciascun Paese latinoamericano, specialmente per piccole iniziative locali o accordi privati non resi pubblici. Per questo motivo, l'elenco seguente (Tabella 3) non è esaustivo, ma intende esemplificare alcuni dei programmi sportivi attualmente vigenti.

Tabella 3. Programmi di cooperazione sportiva Italia–America Latina attualmente vigenti (selezione)

Paese ricevente	Sport	Programma	Tipo	Portata
Multipaese (ALC, rete globale)	Multisport	Ufficio di Diplomazia dello Sport del MAECI	Governativo	Internazionale
Multipaese (ALC, rete globale)	Multisport	Giornata dello Sport Italiano nel Mondo	Governativo	Internazionale
Messico	Multisport	Evento "Giornata dello Sport Italiano nel Mondo" a Città del Messico	Governativo + enti misti	Locale
Argentina	Sci alpino	Ricevimento "Sci Azzurro" a Ushuaia (FISI + Cerro Castor)	Governativo + federazione	Locale/internazionale
Argentina	Sci alpino	Stage di allenamento delle nazionali italiane a Ushuaia/Cerro Castor	Federazione + partner locale	Internazionale
Cile	Ciclismo amatoriale	"Pedalata Italiana" a Santiago	Governativo	Locale
Ecuador	Atletica	Progetto tecnico di trail running (FIDAL + Ambasciata)	Federazione + governativo	Locale/internazionale
Argentina	Atletica	"MaraTANA"	Governativo + finalità sociale	Locale
Argentina	Pugilato/cultura sportiva	"The Final Round: A Tribute to Nino Benvenuti"	Governativo	Locale
Argentina, Brasile, Venezuela	Multisport	Programma COM.IT.ES	Pubblico + MAECI	Internazionale
Cuba, Repubblica Dominicana, Panama	Multisport	Progetto con UN DESA e organizzazioni della società civile per l'inclusione attraverso lo sport	Governativo + ONU + ONG	Multilaterale

Paese ricevente	Sport	Programma	Tipo	Portata
Argentina	Multisport	Kinder Joy of Moving (evento con delegazione italiana)	Impresa/RSI + locale	Locale
Colombia	Calcio	Inter Campus a Palmira	Club/ONG + UEFA Foundation	Locale
Colombia	Calcio	Inter Campus “Inclusive football for girls” a Yumbo	Club/ONG + UEFA Foundation	Locale
Venezuela	Calcio	Inter Campus “Sport and health”	Club/ONG + UEFA Foundation	Locale
Brasile	Calcio	Inter Academy Brasil (rete permanente)	Club/impresa	Locale
Cile	Calcio	Inter Academy Chile (rete permanente)	Club/impresa	Locale
Colombia	Calcio	Juventus Academy Bogotá (con sedi aggiuntive)	Club/impresa	Locale
Messico	Calcio	Milan Junior Camp	Club/impresa	Locale

Fonte: elaborazione propria su fonti pubbliche ufficiali e primarie.

Capitolo 7. Il potenziale dell'Italia nella diplomazia sportiva in America Latina

7.1 Lo sport italiano come strumento di proiezione culturale

Lo sport costituisce uno strumento particolarmente efficace all'interno della diplomazia pubblica contemporanea, nella misura in cui combina visibilità internazionale, identificazione emozionale e capacità di generare reti transnazionali. Nel caso italiano, questo potenziale acquisisce una dimensione specifica in America Latina, dove i vincoli storici, culturali e migratori amplificano l'impatto di qualsiasi iniziativa sportiva. In questo senso, più che una risorsa emergente, lo sport può essere inteso come uno strumento ulteriore del soft power italiano nella regione.

Su questa base, risulta rilevante osservare che l'Italia non parte da uno scenario di inserimento incipiente, bensì da una presenza già consolidata a molteplici livelli. Come emerge dalla ricognizione dei programmi sportivi vigenti presentata nel capitolo precedente, esiste un recente processo di istituzionalizzazione e coordinamento di iniziative che spaziano da eventi istituzionali fino ad accademie sportive e programmi di inclusione sociale. Questa presenza permette di affermare che il potenziale italiano nella diplomazia sportiva non è ipotetico, ma si appoggia su esperienze concrete già implementate in diversi Paesi latinoamericani.

Nell'analizzare queste iniziative nel loro insieme, è possibile identificare almeno tre modelli di intervento nella proiezione sportiva italiana nella regione. In primo luogo, un asse di diplomazia sportiva istituzionale, promosso principalmente dallo Stato italiano attraverso il Ministero degli Affari Esteri, le ambasciate e il Comitato Olimpico Nazionale Italiano. Programmi come la Giornata dello Sport Italiano nel Mondo o la creazione di un ufficio specifico di diplomazia sportiva all'interno del MAECI riflettono un tentativo di istituzionalizzare lo sport come strumento di politica estera. Queste iniziative, generalmente articolate attraverso eventi, celebrazioni o attività ufficiali, cercano di proiettare un'immagine positiva dell'Italia associata a valori come eccellenza, tradizione e innovazione.

In secondo luogo, si osserva un modello centrato sulla formazione sportiva e sul trasferimento di know-how, materializzato principalmente attraverso accademie e campus collegati a club italiani. La presenza di programmi come Inter Campus, Juventus Academy o Milan Junior Camp in Paesi come Messico, Cile, Colombia o Brasile evidenzia la capacità dell'Italia di esportare metodologie di allenamento, strutture organizzative e modelli di sviluppo giovanile.

Questo tipo di iniziative risulta particolarmente rilevante dalla prospettiva della diplomazia pubblica, poiché combina formazione tecnica con costruzione di vincoli culturali di lungo periodo, specialmente tra giovani sportivi.

In terzo luogo, emerge un insieme di programmi orientati allo sport come strumento di inclusione e sviluppo sociale, in linea con le tendenze globali dello "sport for development". In questo ambito si distinguono iniziative implementate in Paesi come Colombia e Venezuela, così come progetti multilaterali collegati al sistema delle Nazioni Unite, orientati all'inclusione sociale di bambini e giovani in contesti vulnerabili. Questo approccio permette all'Italia di

proiettare un'immagine associata a valori di solidarietà, cooperazione e impatto sociale, ampliando la portata della sua diplomazia oltre l'alto rendimento sportivo.

Inoltre, risulta importante considerare la dimensione geografica di questa presenza. A differenza di altri attori internazionali la cui presenza si concentra in uno o due Paesi, l'Italia presenta una distribuzione relativamente diversificata delle sue iniziative sportive in America Latina. L'Argentina si distingue come nodo rilevante negli sport invernali e negli eventi istituzionali; il Messico come spazio chiave per accademie e formazione sportiva; Colombia e Venezuela come scenari di programmi di inclusione; e il Cile come caso ibrido che combina eventi pubblici con sviluppo di accademie. Questa capillarità territoriale rafforza il potenziale dell'Italia di sviluppare una strategia regionale, invece di limitarsi a vincoli bilaterali isolati.

In questo senso, la capillarità territoriale delle iniziative permette di pensare a una proiezione regionale dello sport italiano, al di là di relazioni bilaterali isolate. Tuttavia, nel valutare questo potenziale, risulta necessario introdurre una sfumatura. Sebbene storicamente molte di queste iniziative si siano sviluppate in maniera autonoma, negli ultimi anni si osserva un processo di crescente istituzionalizzazione della diplomazia sportiva italiana, particolarmente a partire dalla creazione dell'Ufficio di Diplomazia dello Sport del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI, 2025).

In questo contesto, la coesistenza di programmi pubblici, privati e multilaterali non deve essere interpretata necessariamente come una debolezza, bensì come l'espressione di una rete diversificata e già attiva di attori e iniziative. Tuttavia, la sfida consiste nell'approfondire i meccanismi di articolazione tra questi spazi, in modo da potenziare sinergie, evitare sovrapposizioni e rafforzare la proiezione strategica dell'insieme.

Di conseguenza, la principale sfida non si collega all'assenza di risorse o capacità, ma al consolidamento di un approccio più integrato che permetta di capitalizzare una base già esistente. Questo permette di sostenere che l'Italia dispone degli elementi necessari per consolidare una politica di diplomazia sportiva in America Latina, basata sull'articolazione tra capitale simbolico, infrastruttura istituzionale ed esperienze precedenti. Lo sviluppo di questo potenziale dipenderà, in ultima istanza, dalla capacità di consolidare questa transizione verso una strategia coerente e di lungo periodo.

7.2 Sport e "turismo delle radici": coinvolgere le comunità italo-discendenti

Il concetto di "turismo delle radici" ha acquisito crescente rilevanza nella politica estera italiana come strumento orientato a rafforzare i vincoli con le comunità di origine italiana all'estero (Ministero del Turismo, 2026). In termini generali, si riferisce agli spostamenti motivati dalla ricerca di identità, appartenenza e connessione con il Paese d'origine. Tuttavia, nel contesto della diplomazia sportiva, questo fenomeno può acquisire una dimensione aggiuntiva: lo sport come canale privilegiato per tradurre quell'identità in esperienze concrete di scambio, formazione e socialità.

Da una prospettiva teorica, e in linea con quanto sviluppato nel quadro internazionale, lo sport costituisce uno strumento di diplomazia pubblica particolarmente efficace nella generazione di vincoli personali. A differenza di altri strumenti, non richiede necessariamente una mediazione

statale diretta, ma può operare attraverso reti sociali, culturali e comunitarie già esistenti. In questo senso, il turismo delle radici può essere interpretato come una forma specifica di diplomazia dal basso, dove gli individui, e non unicamente gli Stati, diventano agenti attivi della relazione internazionale.

In America Latina, questo fenomeno acquisisce una rilevanza particolare a causa delle dimensioni della diaspora italiana. Come è stato evidenziato nel capitolo precedente, Paesi come Argentina e Brasile concentrano milioni di discendenti di immigrati italiani, molti dei quali mantengono vincoli culturali, linguistici e persino giuridici con l'Italia attraverso la cittadinanza per discendenza. Questa base demografica configura una risorsa strategica singolare: a differenza di altri Paesi europei, l'Italia non si proietta nella regione come un attore esterno, bensì come un'estensione di una comunità transnazionale.

In questo contesto, lo sport svolge una funzione di mediazione identitaria particolarmente consolidata. Nel corso della storia, i club della collettività, come Sportivo Italiano, Audax o Palmeiras, hanno operato come spazi dove l'appartenenza culturale si articola con la pratica sportiva, generando ambiti di socialità che combinano identità e competizione. Più recentemente, l'espansione di accademie collegate a club italiani, come Inter, Juventus o Milan, in diversi Paesi latinoamericani ha rafforzato questa dinamica, offrendo a giovani discendenti di italiani la possibilità di formarsi secondo metodologie europee e, in alcuni casi, proiettare traiettorie sportive internazionali.

Inoltre, la circolazione di atleti con traiettorie transnazionali costituisce un'altra espressione di questo fenomeno. I già menzionati casi di giocatori denominati oriundi nel calcio o la forte presenza di sportivi nati in Argentina nella nazionale italiana di rugby riflettono come la doppia appartenenza possa tradursi in vincoli sportivi concreti. Questi esempi non solo evidenziano l'esistenza di una comunità transnazionale attiva, ma contribuiscono anche a rafforzare la visibilità dell'Italia sul piano internazionale, in linea con quanto osservato negli studi di caso analizzati precedentemente.

Nell'analizzare il turismo delle radici da questa prospettiva, risulta rilevante evidenziare che lo sport introduce una dimensione esperienziale che va oltre la visita culturale o storica. Compiere un viaggio in Italia per allenarsi, competere, partecipare a campus sportivi o integrarsi in strutture formative implica una forma di immersione più profonda, dove l'identità si costruisce attraverso la pratica e l'interazione. In questo senso, lo sport non solo integra il turismo delle radici, ma lo potenzia, trasformandolo in uno strumento attivo di collegamento.

Di conseguenza, il potenziale dell'Italia in questo ambito risiede nella sua capacità di articolare tre dimensioni: una diaspora estesa, un'infrastruttura istituzionale consolidata e un capitale simbolico sportivo riconosciuto a livello globale. La convergenza di questi elementi permette di pensare allo sport come un ponte tra identità e mobilità, capace di rafforzare i vincoli con le comunità italo-discendenti e, allo stesso tempo, proiettare l'immagine del Paese all'estero.

In definitiva, il turismo delle radici, quando si articola con lo sport, smette di essere unicamente una politica culturale per trasformarsi in uno strumento strategico di diplomazia pubblica. Il suo sviluppo futuro dipenderà, in gran misura, dalla capacità di integrare queste esperienze

all'interno di una politica più ampia, che riconosca il valore dello sport come veicolo di identità, appartenenza e proiezione internazionale.

7.3 Collaborazioni tra federazioni sportive, istituzioni culturali e ONG

Una delle principali risorse dell'Italia per sviluppare una politica di diplomazia sportiva in America Latina non risiede unicamente nel prestigio simbolico delle sue discipline o dei suoi club, ma nell'esistenza di una rete preesistente di cooperazione che può essere riutilizzata e ampliata con finalità sportive. A questo punto, lo sport non appare come un campo isolato, bensì come uno spazio di intersezione tra federazioni, università, associazioni culturali, ambasciate, fondazioni e organizzazioni del terzo settore. Questa densità istituzionale risulta particolarmente preziosa, poiché riduce i costi di implementazione e permette che l'azione sportiva si inserisca in strutture già legittimate di cooperazione culturale ed educativa.

In primo luogo, le federazioni sportive svolgono un ruolo centrale come veicoli di trasferimento tecnico, metodologico e organizzativo. Il caso di Inter Campus risulta particolarmente illustrativo, perché combina formazione calcistica con obiettivi sociali ed educativi. In Colombia, per esempio, il programma ha sviluppato iniziative di calcio inclusivo per ragazze in articolazione con attori locali e con cofinanziamento della UEFA Foundation for Children; la stessa organizzazione evidenzia che il progetto cerca di rafforzare i vincoli comunitari e generare ambienti protettivi attraverso lo sport. A sua volta, i report istituzionali del 2024 mostrano continuità dei programmi in Colombia e Venezuela, il che conferma che non si tratta di azioni occasionali, bensì di una presenza sostenuta nel tempo.

In una linea differente, ma complementare, i programmi collegati ad accademie di club italiani mostrano come la cooperazione sportiva possa operare anche come trasmissione di know-how e costruzione di vincoli di lungo periodo. La rete internazionale di Juventus Academy, per esempio, organizza tornei e campus che integrano sedi latinoamericane all'interno di un ecosistema globale; la Juventus Academy World Cup del 2025 riunì squadre di accademie di differenti Paesi, mentre la documentazione istituzionale della Juventus mostrava già nel 2023 la partecipazione di accademie di Paesi latinoamericani come Colombia, Guatemala, Cile, Argentina e Brasile. Al di là della competizione, questo formato è importante perché connette formazione sportiva, circolazione internazionale di giovani e costruzione di appartenenza a un marchio globale italiano.

In secondo luogo, le istituzioni culturali e accademiche offrono un'infrastruttura particolarmente adatta per complementare queste esperienze sportive. Le borse di studio promosse dallo Stato italiano attraverso la rete culturale all'estero e il portale "Study in Italy" permettono di finanziare programmi di studio, formazione e ricerca in istituzioni italiane legalmente riconosciute. Nel caso argentino, tanto l'Istituto Italiano di Cultura di Buenos Aires quanto la rete della Farnesina hanno pubblicato nel 2024 e nel 2025 bandi per borse di studio per studenti stranieri e italiani residenti all'estero. Questo dato è rilevante perché dimostra che esiste già un'architettura di mobilità educativa che potrebbe articolarsi con programmi di formazione sportiva, gestione dello sport o scambio universitario-sportivo.

A ciò si aggiunge la dimensione universitaria: il Centro di Alti Studi dell'Università di Bologna a Buenos Aires, presentato dalla stessa università come il suo primo campus all'estero, costituisce un esempio concreto di cooperazione accademica stabile tra Italia e America Latina. L'esistenza di programmi post-laurea e di scambio, come i "Semestri a Buenos Aires", mostra che la relazione educativa italo-latinoamericana possiede già meccanismi consolidati di circolazione studentesca e produzione di conoscenza. Se questa base si connettesse con attori sportivi (federazioni, club, osservatori o istituti di gestione), l'Italia potrebbe avanzare verso formati più sofisticati di diplomazia sportiva, combinando allenamento, formazione e certificazione accademica.

In terzo luogo, le ONG e le fondazioni ampliano la portata della cooperazione sportiva italiana verso agende di inclusione, salute e coesione sociale. In questo terreno, il valore strategico dello sport risiede nel fatto che permette all'Italia di proiettare un'immagine internazionale associata non solo all'eccellenza competitiva, ma anche a valori di solidarietà, educazione e integrazione. I programmi di Inter Campus, nuovamente, sono utili per osservare questa dimensione: non si presentano unicamente come scuole di calcio, ma come spazi di accompagnamento sociale, sviluppo di vincoli comunitari e lavoro con popolazioni vulnerabili. Dalla prospettiva della diplomazia pubblica, questo tipo di iniziative è particolarmente importante perché rafforza la legittimità esterna dell'Italia e la collega con obiettivi socialmente valorizzati.

Di conseguenza, il potenziale italiano in questo campo dipende meno dalla creazione di nuovi strumenti che da una migliore articolazione di quelli esistenti. La convergenza tra federazioni, istituzioni culturali e ONG offre un punto di partenza particolarmente fertile per sviluppare una diplomazia sportiva più stabile, capillare e sostenibile. Su questa base, la sfida consiste nel trasformare una somma di collaborazioni settoriali in una politica più integrata, capace di collegare sport, educazione, cultura e inclusione all'interno di una stessa strategia di proiezione regionale.

7.4 Limiti strutturali e sfide della strategia italiana

Sebbene l'Italia disponga di importanti vantaggi comparativi per sviluppare una politica di diplomazia sportiva in America Latina, il suo potenziale si trova anche condizionato da una serie di limiti strutturali che ne restringono la portata. Queste limitazioni non implicano l'assenza di capacità, ma evidenziano la necessità di consolidare una strategia più coordinata e sostenibile nel tempo.

Uno dei principali problemi risiede nella frammentazione istituzionale. Come emerge dal rilevamento dei programmi vigenti, le iniziative sportive italiane nella regione sono promosse da attori molto diversi: ministeri, ambasciate, club, federazioni, ONG, università e imprese. Sebbene questa diversità costituisca una ricchezza in termini di capillarità e flessibilità, genera anche difficoltà di coordinamento, sovrapposizione di programmi e assenza di obiettivi condivisi. In molti casi, le iniziative dipendono più dalla volontà o dalle capacità dei singoli attori che da una pianificazione strategica integrale.

A ciò si aggiunge una seconda limitazione: la mancanza di continuità e sistematicità. Molti programmi sportivi italiani in America Latina possiedono un carattere episodico o fortemente

legato a eventi specifici, il che ne riduce l'impatto a lungo termine. Sebbene esistano reti consolidate come Inter Campus o le accademie di club italiani, una parte significativa delle attività istituzionali continua a dipendere da celebrazioni, visite o iniziative occasionali promosse dalle ambasciate. Questa dinamica limita la possibilità di trasformare lo sport in un asse stabile della politica estera italiana.

Un altro elemento rilevante è la concorrenza internazionale. L'Italia opera in una regione dove altri attori globali hanno sviluppato strategie di diplomazia sportiva molto più aggressive e dotate di maggiori risorse. Gli Stati Uniti, attraverso le loro leghe professionistiche e università; la Cina, mediante investimenti in infrastruttura e cooperazione; e persino Paesi europei come la Spagna o la Francia, possiedono una presenza sportiva consolidata in America Latina. In questo scenario, l'Italia dispone di un forte capitale simbolico, ma di minore capacità finanziaria e istituzionale per competere su larga scala.

A livello economico, la disponibilità limitata di risorse costituisce anch'essa una sfida. Molte delle iniziative sportive italiane nella regione dipendono da finanziamenti relativamente ridotti o da schemi misti che combinano fondi pubblici, sponsorizzazioni private e cooperazione internazionale. Questa situazione condiziona la sostenibilità dei programmi, specialmente in contesti di instabilità economica tanto in Italia quanto in America Latina. In questo senso, il consolidamento di una diplomazia sportiva più ambiziosa richiederebbe maggiori livelli di investimento e continuità finanziaria.

Parallelamente, esistono sfide collegate alla misurazione dell'impatto. A differenza di altre aree della politica estera, la diplomazia sportiva produce effetti principalmente simbolici e relazionali, difficili da quantificare nel breve periodo. Questo complica la valutazione dei risultati e limita la capacità di giustificare investimenti sostenuti. L'assenza di indicatori sistematici e di meccanismi di monitoraggio rende inoltre difficile identificare quali programmi generino maggior valore in termini di proiezione internazionale, cooperazione o costruzione di reputazione.

Un'altra sfida significativa riguarda l'adattamento alle realtà locali latinoamericane. Sebbene l'esistenza di vaste comunità italo-discendenti costituisca un vantaggio, la regione presenta anche profonde differenze sociali, economiche e culturali tra Paesi. Strategie efficaci in Argentina o Brasile possono non funzionare allo stesso modo in America Centrale o nei Caraibi. Di conseguenza, una politica regionale di diplomazia sportiva richiede livelli elevati di flessibilità e conoscenza del contesto locale.

Allo stesso modo, è importante considerare che il prestigio storico dello sport italiano non garantisce automaticamente influenza contemporanea. Sebbene il calcio italiano mantenga un'importante tradizione simbolica, la perdita di competitività relativa della Serie A rispetto ad altre leghe europee può ridurre parte della sua capacità di attrazione globale, specialmente tra le nuove generazioni latinoamericane. Questo obbliga l'Italia a ripensare la propria proiezione sportiva non solo a partire dalla nostalgia o dalla storia, ma anche attraverso l'innovazione, la formazione e l'impatto sociale.

Nonostante queste limitazioni, il caso italiano presenta una particolarità favorevole: la sua diplomazia sportiva si appoggia su una base culturale e comunitaria preesistente che altri attori

non possiedono nella regione. Questo le conferisce un vantaggio comparativo importante, poiché riduce i costi di legittimazione e facilita la costruzione di relazioni di prossimità. In questo senso, le principali sfide non si collegano tanto all'assenza di risorse simboliche, quanto alla necessità di consolidare una maggiore articolazione strategica.

Di conseguenza, il futuro della diplomazia sportiva italiana in America Latina dipenderà dalla sua capacità di trasformare una rete dispersa di iniziative in una politica più coerente, sostenuta e adattabile ai diversi contesti regionali. Il potenziale esiste, ma il suo consolidamento richiederà coordinamento istituzionale, continuità finanziaria e una visione di lungo periodo che integri sport, cultura, educazione e cooperazione all'interno di una stessa strategia internazionale.

7.5 Opportunità future: verso una diplomazia sportiva integrata

Nonostante le limitazioni strutturali precedentemente segnalate, l'Italia dispone di condizioni particolarmente favorevoli per consolidare una politica di diplomazia sportiva più articolata in America Latina. La combinazione tra capitale simbolico, diaspora, infrastruttura culturale e presenza sportiva preesistente configura uno scenario di opportunità difficilmente replicabile da altri attori internazionali.

Una delle principali opportunità risiede nella possibilità di avanzare verso una maggiore integrazione tra sport, cultura ed educazione. Come illustrato nel presente rapporto, l'Italia possiede una rete consolidata di istituti culturali, università, associazioni e programmi di mobilità accademica nella regione. Se queste strutture si articolassero in maniera più sistematica con federazioni sportive, club e programmi di formazione, potrebbe emergere un modello di diplomazia sportiva capace di combinare allenamento tecnico, scambio culturale e cooperazione educativa.

In questo senso, lo sviluppo di programmi universitario-sportivi rappresenta un'opportunità significativa. L'esperienza di istituzioni come l'Università di Bologna a Buenos Aires mostra che esistono già meccanismi consolidati di mobilità e cooperazione accademica. L'incorporazione di componenti sportive, come borse di studio per atleti, programmi di gestione sportiva o scambi tra istituzioni educative e club, permetterebbe di ampliare la portata di questi vincoli e rafforzare la presenza italiana tra le nuove generazioni latinoamericane.

Un altro ambito con alto potenziale è quello dello sport come strumento di inclusione sociale. I programmi sviluppati da Inter Campus e altre fondazioni italiane dimostrano che esiste domanda e capacità di implementazione in contesti vulnerabili della regione. In un'America Latina segnata da disuguaglianza, violenza urbana e frammentazione sociale, lo sport può funzionare come uno spazio di integrazione, formazione e costruzione comunitaria. Per l'Italia, questo tipo di iniziative possiede un doppio valore: contribuisce allo sviluppo locale e, allo stesso tempo, rafforza un'immagine internazionale associata alla cooperazione e alla solidarietà.

Allo stesso modo, il turismo delle radici offre una piattaforma particolarmente promettente. L'esistenza di milioni di italo-discendenti in America Latina permette di pensare a programmi che combinino mobilità, formazione sportiva e riconnessione identitaria. Campus in Italia per

giovani atleti latinoamericani, tornei della diaspora o programmi di scambio sportivo potrebbero funzionare come strumenti efficaci per rafforzare il vincolo transnazionale e, simultaneamente, promuovere l'immagine del Paese.

La crescente istituzionalizzazione della diplomazia sportiva italiana costituisce anch'essa una finestra di opportunità. La creazione dell'Ufficio di Diplomazia dello Sport del MAECI e l'incorporazione dello sport nelle strategie della Farnesina indicano che il tema ha acquisito maggiore rilevanza all'interno della politica estera italiana. Se questo processo si consoliderà, l'Italia potrebbe avanzare verso una strategia più coordinata, capace di articolare attori pubblici e privati all'interno di una stessa agenda internazionale.

A livello regionale, inoltre, l'Italia possiede il vantaggio di essere percepita in America Latina come un attore culturalmente vicino e storicamente legittimo. A differenza di altre potenze globali, la sua presenza non è associata principalmente a logiche di dominazione economica o geopolitica, bensì a vincoli migratori, culturali e comunitari. Questa prossimità simbolica costituisce una risorsa strategica di enorme valore all'interno della diplomazia pubblica contemporanea.

Infine, le trasformazioni globali dello sport aprono nuovi spazi per l'azione internazionale. La crescente rilevanza dell'industria sportiva, l'espansione delle piattaforme digitali e la globalizzazione delle accademie e dei club ampliano le possibilità di proiezione internazionale. In questo contesto, l'Italia potrebbe sfruttare il prestigio dei suoi marchi sportivi, della sua cultura calcistica e della sua tradizione olimpica per rafforzare la sua presenza in America Latina senza necessità di grandi strumenti coercitivi o finanziari.

In definitiva, il futuro della diplomazia sportiva italiana nella regione dipenderà dalla sua capacità di trasformare vantaggi storici e culturali in strategie coordinate di lungo periodo. L'Italia dispone già degli elementi fondamentali: una diaspora estesa, un forte capitale simbolico, una rete istituzionale consolidata e una presenza sportiva riconosciuta. La sfida consiste nell'integrare queste risorse all'interno di una politica coerente, capace di articolare sport, cultura, educazione e cooperazione come parti di una stessa strategia di proiezione internazionale.

7.6 Considerazioni conclusive

Lo sviluppo del presente rapporto ha permesso di osservare che lo sport occupa oggi un posto centrale all'interno delle dinamiche contemporanee delle relazioni internazionali. Lungi dal costituire un ambito marginale o esclusivamente ricreativo, si configura come uno spazio di interazione politica, culturale ed economica dove Stati, organizzazioni internazionali, imprese, club e atleti producono forme di influenza e costruzione simbolica che incidono sulla politica globale. In questo quadro, il concetto di diplomazia sportiva risulta particolarmente utile per comprendere come gli Stati utilizzino lo sport come strumento di soft power, proiezione internazionale e generazione di vincoli.

Nel corso del rapporto è stato mostrato che la diplomazia sportiva non opera in maniera uniforme, bensì assume forme differenti secondo il contesto storico, politico e culturale di ciascun Paese. I casi analizzati di Argentina, Brasile, Venezuela, Cuba e Messico evidenziano

la pluralità di strategie esistenti in America Latina: da modelli altamente istituzionalizzati basati sui megaeventi o sulla cooperazione statale, fino a forme più diffuse e informali sostenute sul carisma degli atleti e sul peso simbolico del calcio. Nonostante queste differenze, in tutti i casi lo sport appare come uno strumento efficace di costruzione identitaria e visibilità internazionale.

Allo stesso modo, il rapporto ha evidenziato che l'America Latina possiede caratteristiche particolarmente favorevoli per lo sviluppo della diplomazia sportiva. La centralità culturale dello sport, la capacità di mobilitazione emozionale del calcio e l'esistenza di figure sportive con proiezione globale configurano un capitale simbolico di enorme rilevanza. Tuttavia, questo potenziale convive con importanti limitazioni strutturali, come la disuguaglianza sociale, la fragilità istituzionale e la dipendenza economica, che condizionano lo sviluppo sostenibile delle politiche sportive nella regione.

In questo scenario, il caso italiano acquisisce una singolarità significativa. A differenza di altri attori internazionali, l'Italia possiede in America Latina una base relazionale eccezionalmente densa, costruita storicamente attraverso la migrazione, la cultura e le reti comunitarie. La presenza di milioni di italo-discendenti, insieme a una consolidata infrastruttura educativa, culturale e associativa, conferisce all'Italia un vantaggio comparativo importante in termini di diplomazia pubblica. Lo sport, in questo contesto, appare come un'estensione naturale di questi vincoli storici.

Il rilevamento di programmi sportivi vigenti ha permesso di osservare che esiste già un ecosistema attivo di cooperazione sportiva italo-latinoamericana, composto da iniziative statali, federative, universitarie, private e del terzo settore. Accademie calcistiche, programmi di inclusione sociale, eventi istituzionali e reti di formazione sportiva mostrano che la diplomazia sportiva italiana non costituisce un progetto futuro astratto, ma una realtà già esistente, sebbene ancora frammentata.

In questo senso, una delle principali conclusioni del rapporto è che il potenziale italiano non dipende tanto dalla creazione di nuove capacità, quanto dall'articolazione strategica di risorse già disponibili. La convergenza tra diaspora, cultura, sport ed educazione offre all'Italia la possibilità di sviluppare una politica di diplomazia sportiva distintiva, basata meno sulla competizione geopolitica diretta e più sulla costruzione di prossimità culturale e cooperazione sociale.

Tuttavia, il rapporto ha anche mostrato che questo potenziale affronta importanti sfide. La frammentazione istituzionale, la mancanza di continuità, la competizione con altri attori globali e la limitata disponibilità di risorse riducono la capacità dell'Italia di consolidare una strategia sostenuta nel tempo. Di conseguenza, il futuro della diplomazia sportiva italiana dipenderà dalla sua capacità di avanzare verso una maggiore integrazione tra attori pubblici e privati, così come verso una visione di lungo periodo che incorpori lo sport all'interno della politica estera e culturale del Paese.

Allo stesso modo, il rapporto suggerisce che la diplomazia sportiva possiede un valore che trascende l'ambito strettamente internazionale. In contesti segnati dalla polarizzazione politica, dalla crisi delle istituzioni tradizionali e dall'emergere di nuovi attori globali, lo sport offre

spazi di interazione meno conflittuali, capaci di generare identificazione, cooperazione e costruzione di comunità. Questa caratteristica spiega perché, nel XXI secolo, lo sport abbia acquisito crescente rilevanza tanto nelle strategie statali quanto nelle agende di organizzazioni internazionali, ONG e attori privati.

Infine, il caso italo-latinoamericano permette di osservare una dimensione particolarmente rilevante della diplomazia contemporanea: l'importanza delle reti transnazionali costruite "dal basso". Le comunità migranti, i club, le università, le federazioni sportive e le associazioni culturali mostrano che le relazioni internazionali non si sviluppano unicamente tra Stati, ma anche attraverso legami sociali e culturali che persistono nel tempo. In questo quadro, lo sport emerge come uno dei linguaggi più efficaci per mantenere e aggiornare questi vincoli.

In definitiva, la diplomazia sportiva italiana in America Latina possiede un potenziale considerevole, sostenuto su una combinazione poco frequente di storia condivisa, prossimità culturale e capacità simbolica. Il suo consolidamento futuro dipenderà dalla possibilità di trasformare questi vantaggi storici in una strategia integrata, sostenibile e adattata alle trasformazioni del sistema internazionale contemporaneo.

Capitolo 8. Proposte e modelli operativi

8.1 Linee strategiche per una diplomazia sportiva italiana in America Latina

A partire dall'analisi sviluppata nei capitoli precedenti, risulta evidente che l'Italia dispone di un insieme significativo di risorse per lo sviluppo di una politica di diplomazia sportiva in America Latina: un'ampia diaspora, una rete istituzionale consolidata, un forte capitale simbolico sportivo e una crescente istituzionalizzazione all'interno dello stesso Stato italiano.

La creazione dell'Ufficio di Diplomazia dello Sport nell'ambito del MAECI, così come l'implementazione di programmi specifici nella regione, riflettono un passo avanti in questa direzione (MAECI, 2025). Tuttavia, nel progettare una strategia di maggiore portata, si osserva che molte di queste iniziative operano ancora attraverso canali differenti (istituzionali, sportivi, culturali e sociali), senza necessariamente convergere in un approccio pienamente integrato. In questo contesto, la sfida non risiede nella mancanza di capacità, bensì nella possibilità di articolare in maniera più sistematica risorse già esistenti, con l'obiettivo di massimizzarne l'impatto in termini di politica estera.

Di conseguenza, lo sviluppo di una diplomazia sportiva italiana in America Latina richiede di avanzare verso un approccio multilivello e multisettoriale, capace di integrare sport, cultura, educazione, cooperazione e dimensione economica all'interno di una stessa logica strategica.

Alla luce di ciò, si delineano di seguito quattro proposte operative che potrebbero essere considerati nel breve e medio periodo.

8.2 Proposta A – Programma Italia–America Latina di diplomazia sportiva

La creazione di un Programma Italia–America Latina di Diplomazia Sportiva costituisce una delle principali opportunità per trasformare l'insieme delle iniziative esistenti in una politica più strutturata e di maggiore portata regionale.

Come illustrato nei capitoli precedenti, l'Italia dispone già di molteplici azioni nel campo sportivo in America Latina, dalle accademie agli eventi istituzionali, dai programmi sociali alla cooperazione tecnica, oltre che di una crescente istituzionalizzazione dello sport all'interno della sua politica estera attraverso il MAECI. Tuttavia, queste iniziative tendono a operare in maniera autonoma o sotto quadri specifici, senza necessariamente fare parte di un programma integrato di portata regionale.

In questo contesto, la proposta consiste nel progettare un programma che permetta di ordinare, ampliare e dare continuità a queste azioni, sotto una logica di cooperazione strutturata tra l'Italia e i Paesi dell'America Latina. Questo programma potrebbe essere coordinato dal MAECI, in articolazione con il CONI, le federazioni sportive, le istituzioni educative e la rete diplomatica italiana nella regione.

8.2.1 Obiettivi

Il programma avrebbe tre obiettivi principali:

I. Consolidare una rete stabile di cooperazione sportiva bilaterale e regionale, evitando la dispersione delle iniziative e favorendone la continuità nel tempo.
II. Rafforzare la proiezione internazionale dell'Italia attraverso lo sport, integrando dimensioni culturali, educative e sociali.
III. Promuovere il collegamento con le comunità italo-discendenti, utilizzando lo sport come canale di integrazione e identità.

8.2.2 Componenti operative

Per garantire la sua implementazione, il programma potrebbe strutturarsi in differenti linee d'azione:

1. Scambi sportivi istituzionalizzati

Sviluppo di accordi tra federazioni, club e accademie per facilitare:

- tournée sportive
- competizioni congiunte
- programmi di allenamento condivisi

Per esempio, si potrebbe pensare a partite amichevoli che includano la partecipazione di giocatori storici dell'Italia, così come di Paesi latinoamericani. Parallelamente alla partita, si possono immaginare altre iniziative di promozione dello sport e del vincolo bilaterale, come proiezioni di documentari sulla tematica, attività che permettano l'interazione di giocatori affermati con il pubblico locale e mostre di trofei e fotografie storiche dei due Paesi.

Un programma strutturato permetterebbe di generare vincoli sostenuti tra istituzioni italiane e latinoamericane, superando la logica degli eventi occasionali. Su questo aspetto, si potrebbe pensare persino a combinare differenti discipline, con l'obiettivo di seguire una linea trasversale di diplomazia sportiva nei diversi programmi.

2. Formazione tecnica e professionalizzazione

Implementazione di programmi di formazione orientati a:

- allenatori
- preparatori atletici
- dirigenti sportivi

Questi programmi potrebbero articolarsi con università italiane e centri di formazione, integrando sport ed educazione e generando standard comuni di formazione. Risulterebbe vantaggioso anche contare sulla partecipazione di ex atleti olimpici di rilievo, sia che abbiano rappresentato l'Italia sia uno dei Paesi dell'America Latina.

3. Mobilità giovanile e turismo sportivo

Promozione di programmi di mobilità che permettano ai giovani latinoamericani di:

- allenarsi in Italia
- partecipare a campus sportivi

- integrarsi in strutture formative

Questa componente si collega direttamente con il concetto di turismo delle radici, specialmente nei Paesi con forte presenza di discendenti italiani.

4. Sport e inclusione sociale

Articolazione con programmi esistenti di "sport for development", orientati a:

- inclusione sociale
- educazione
- integrazione comunitaria

Ciò permetterebbe di rafforzare la dimensione sociale della diplomazia sportiva italiana, in linea con esperienze già sviluppate nella regione. A questo punto sarebbe vantaggioso contare sulla partecipazione dell'UNDP (Programma delle Nazioni Unite per lo Sviluppo) e/o di agenzie locali di sviluppo sociale, includendo anche il ruolo del terzo settore.

8.2.3 Attori coinvolti

L'implementazione del programma richiederebbe la partecipazione di molteplici attori:

- MAECI (coordinamento strategico)
- ambasciate e consolati (implementazione territoriale)
- federazioni sportive (contenuto tecnico)
- università e istituzioni educative (formazione)
- organismi internazionali (es. UNDP, COI)
- organizzazioni della società civile (impatto sociale)
- attori collegati alla diaspora italiana

8.2.4 Finanziamento e fattibilità

Dal punto di vista finanziario, il programma non richiederebbe necessariamente la creazione di una nuova struttura di bilancio di grande scala, bensì potrebbe appoggiarsi su:

- risorse già assegnate alla cooperazione culturale ed educativa
- programmi esistenti di diplomazia sportiva
- contributi di federazioni e attori privati

In questo senso, la chiave non risiede necessariamente nella generazione di nuovi fondi, ma nel coordinamento e nell'ottimizzazione di risorse già disponibili all'interno del sistema italiano.

8.2.5 Valore strategico

L'implementazione di questo programma permetterebbe di avanzare da un modello basato su iniziative disperse verso una politica pubblica strutturata di diplomazia sportiva, con capacità di generare un impatto sostenuto nella regione.

Allo stesso modo, contribuirebbe a posizionare l'Italia come un attore rilevante nel campo della diplomazia sportiva in America Latina, articolando il suo capitale simbolico con una strategia concreta di cooperazione.

8.3 Proposta B – Integrazione tra sport e internazionalizzazione economica

Un secondo asse strategico per lo sviluppo della diplomazia sportiva italiana in America Latina consiste nell'avanzare verso una maggiore integrazione tra lo sport e la proiezione economica internazionale. A differenza di altri Paesi, l'Italia dispone di un vantaggio comparativo significativo: il suo posizionamento nell'ambito sportivo non si limita alla pratica competitiva, ma si trova strettamente collegato a settori produttivi ad alto valore aggiunto, come il design, la moda, l'industria tessile, l'architettura sportiva, l'industria automobilistica e l'organizzazione di eventi.

In questo senso, lo sport può essere inteso non solo come uno strumento di diplomazia culturale, ma anche come una piattaforma di inserimento economico internazionale, capace di articolare interessi commerciali, industriali e tecnologici. Questa dimensione acquisisce particolare rilevanza nel contesto delle relazioni tra Europa e America Latina, e particolarmente nel quadro dell'accordo tra l'Unione Europea e il Mercosur, che prevede una progressiva liberalizzazione del commercio nei settori industriali e dei servizi.

A partire da questa diagnosi, si propone lo sviluppo di piattaforme di diplomazia sportiva con componente economica, orientate a connettere l'ecosistema sportivo italiano con i mercati latinoamericani. Queste piattaforme potrebbero strutturarsi attorno a tre principali linee d'azione.

8.3.1 Linee d'azione

1. Eventi sportivi come spazi di promozione commerciale

Gli eventi sportivi organizzati dalla rete diplomatica italiana, come la Giornata dello Sport Italiano nel Mondo, possono essere sfruttati non solo come occasioni di visibilità culturale, ma anche come spazi di articolazione economica.

In questo quadro, si propone di incorporare in maniera sistematica:

- incontri d'affari
- esposizioni di prodotti italiani collegati allo sport
- partecipazione di imprese del settore
- competizioni/eventi sportivi con sponsorizzazione privata

Ciò permetterebbe di trasformare gli eventi sportivi in vere e proprie piattaforme di diplomazia economica, dove lo sport funzioni come veicolo di accesso ai mercati. Per esempio, si potrebbe pensare a imprese che agiscano come sponsor di eventi sportivi, offrendo i propri prodotti ai cittadini locali. In questo modo, si otterrebbe sostegno economico per organizzare meglio l'evento e le imprese o iniziative imprenditoriali di una regione avrebbero visibilità presso la controparte.

Riprendendo quanto segnalato precedentemente, l'accordo UE–Mercosur, per esempio, faciliterebbe l'ingresso di prodotti in qualità di campioni da esposizione.

Si potrebbe anche pensare a eventi come gare motociclistiche, ma con un tratto distintivo, per esempio con i celebri scooter Vespa, nati nel dopoguerra e ancora oggi in produzione. Queste attività potrebbero avere una certa periodicità durante l'anno e contare su sponsorizzazioni private, in coordinamento con club di appassionati della Vespa.

Inoltre, con l'obiettivo di dare maggiore visibilità all'evento, si potrebbe coinvolgere noti piloti motociclistici italiani in qualità di testimonial.

2. Sviluppo di catene di valore collegate allo sport

L'Italia possiede un tessuto produttivo consolidato in settori direttamente collegati all'industria sportiva, includendo:

- abbigliamento tecnico e sportivo
- design e confezione tessile
- attrezzatura sportiva
- infrastruttura e architettura degli stadi
- servizi di gestione e organizzazione di eventi

In questo senso, si propone di promuovere l'integrazione delle imprese italiane nelle catene di valore sportive in America Latina, favorendo partnership con club e federazioni locali, il trasferimento di tecnologia e know-how e la partecipazione a progetti di infrastruttura sportiva.

Questo approccio permetterebbe di posizionare lo sport come un canale di espansione per il settore produttivo italiano, in linea con gli obiettivi di internazionalizzazione economica.

3. Articolazione con accordi commerciali e cooperazione economica

La dimensione economica della diplomazia sportiva può essere potenziata mediante la sua articolazione con strumenti già esistenti di cooperazione e commercio internazionale.

In particolare, l'accordo UE–Mercosur apre opportunità per:

- riduzione delle barriere tariffarie nei beni industriali
- facilitazione del commercio dei servizi
- maggiore prevedibilità per l'investimento estero

In questo contesto, lo sport può funzionare come un settore ponte, facilitando l'inserimento di imprese italiane nei mercati latinoamericani a partire da vincoli precedentemente stabiliti nell'ambito sportivo.

8.3.2 Attori coinvolti

L'implementazione di questo asse richiederebbe la partecipazione coordinata di:

- il MAECI (coordinamento strategico)
- agenzie di promozione commerciale come ICE Agenzia
- camere di commercio italiane in America Latina

- imprese del settore sportivo e industriale
- club, federazioni e organizzatori di eventi

8.3.3 Valore strategico

L'integrazione tra sport ed economia permette di ampliare significativamente la portata della diplomazia sportiva, incorporando una dimensione produttiva che rafforza la sua sostenibilità e il suo impatto.

Allo stesso modo, questo approccio contribuisce a superare una visione ristretta dello sport come strumento esclusivamente culturale, posizionandolo come uno strumento multifunzionale di politica estera, capace di articolare identità, cooperazione e sviluppo economico.

8.4 Proposta C – Rete di nodi sportivi italo-latinoamericani

Una terza linea d'azione consiste nella creazione di una rete di nodi sportivi italo-latinoamericani, orientata ad articolare in maniera più sistematica la presenza italiana nell'ambito sportivo a livello locale. Come illustrato nei capitoli precedenti, l'Italia dispone in America Latina di una base territoriale significativa, composta da club di origine italiana, associazioni culturali, istituzioni educative, accademie sportive e comunità italo-discendenti. Tuttavia, questi spazi tendono a operare in maniera autonoma, senza fare parte di una rete strutturata che permetta di potenziarne l'impatto.

In questo contesto, la proposta punta a trasformare questa presenza territoriale in un'infrastruttura attiva di diplomazia sportiva, capace di connettere attori locali con istituzioni italiane secondo una logica di cooperazione continua. In questo modo, più che creare nuove istituzioni, l'obiettivo sarebbe riconoscere, mappare e articolare nodi già esistenti, generando vincoli tra essi e facilitandone l'inserimento all'interno di una strategia più ampia. Per esempio, si potrebbe pensare ad attività tra il Club Audax Italiano (Cile) e il Club Sportivo Italiano (Argentina), o tra istituzioni culturali italiane e club sportivi.

8.4.1 Definizione e portata

I nodi sportivi italo-latinoamericani potrebbero definirsi come:

- club con origine o identità italiana
- accademie sportive collegate a club italiani
- istituzioni culturali con attività sportiva
- centri educativi con programmi sportivi o di scambio
- organizzazioni comunitarie collegate alla collettività italiana

Questi nodi funzionano come punti di ancoraggio territoriale della diplomazia sportiva, permettendo di sviluppare attività in maniera sostenuta nei differenti Paesi della regione.

8.4.2 Funzioni principali

La rete potrebbe svolgere almeno quattro funzioni strategiche:

1. Articolazione territoriale

Connettere attori locali tra loro e con istituzioni italiane, facilitando la circolazione di informazioni, risorse e opportunità.

2. Implementazione di programmi

Servire come piattaforma per l'esecuzione di iniziative promosse dal MAECI, dalle ambasciate o dalle federazioni sportive.

3. Collegamento con la diaspora

Rafforzare la relazione con le comunità italo-discendenti, utilizzando lo sport come strumento di identità e partecipazione.

4. Generazione di visibilità

Posizionare l'Italia a livello locale attraverso attività sportive, eventi e programmi di formazione.

8.4.3 Ruolo degli attori comunitari

In questo schema, organizzazioni collegate alla collettività italiana potrebbero svolgere un ruolo rilevante come articolatori territoriali. La loro presenza in differenti Paesi dell'America Latina e il loro inserimento nelle comunità locali permettono loro di agire come ponte tra le istituzioni italiane, gli attori sportivi locali e le comunità italo-discendenti.

Questo tipo di attori risulta particolarmente prezioso per garantire l'implementazione effettiva dei programmi sul territorio, così come per adattare le iniziative alle particolarità di ciascun contesto nazionale.

8.4.4 Strumenti di implementazione

Per lo sviluppo della rete, potrebbero considerarsi strumenti come:

- un registro regionale dei nodi sportivi italiani in America Latina
- piattaforme digitali per il coordinamento delle attività
- programmi di finanziamento per progetti locali
- incontri regionali di istituzioni sportive italo-latinoamericane

Questi strumenti permetterebbero di avanzare verso una maggiore sistematizzazione senza necessità di creare strutture burocratiche complesse.

8.4.5 Valore strategico

La creazione di questa rete permetterebbe di trasformare una presenza dispersa in una struttura territoriale organizzata, capace di sostenere la diplomazia sportiva nel tempo. Allo stesso modo, faciliterebbe l'implementazione di programmi regionali, rafforzando la capillarità dell'azione italiana in America Latina.

In definitiva, questa proposta si appoggia su un principio chiave: la diplomazia sportiva non si costruisce unicamente dal livello centrale, ma anche dal territorio. In questo senso,

l'articolazione di nodi locali costituisce un elemento fondamentale per consolidare una strategia efficace e sostenibile.

8.5 Proposta D – Osservatorio Italia–America Latina di diplomazia sportiva

Una quarta e ultima proposta consiste nella creazione di un Osservatorio Italia–America Latina di Diplomazia Sportiva, orientato alla generazione di informazioni strategiche, al monitoraggio delle iniziative e alla valutazione delle politiche in questo ambito. Come emerge dall'analisi svolta nei capitoli precedenti, la diplomazia sportiva italiana nella regione presenta uno sviluppo crescente, con molteplici programmi, attori e iniziative in funzionamento. Tuttavia, questa espansione non sempre è accompagnata da meccanismi sistematici di rilevamento, analisi e misurazione dell'impatto, il che rende difficile valutare in maniera integrale i suoi risultati e potenzialità.

In questo contesto, la creazione di un osservatorio permetterebbe di avanzare verso una diplomazia sportiva basata sull'evidenza, rafforzando la capacità di pianificazione e presa di decisioni del MAECI e dei differenti attori coinvolti.

8.5.1 Obiettivi

L'osservatorio avrebbe come obiettivi principali:

- sistematizzare le informazioni esistenti su programmi, iniziative e attori della diplomazia sportiva italiana in America Latina.
- generare indicatori di impatto, tanto in termini culturali quanto sociali ed economici.
- identificare opportunità di cooperazione e aree di espansione.
- supportare il disegno di politiche pubbliche, fornendo input tecnici e analitici.

8.5.2 Linee di lavoro

Per raggiungere questi obiettivi, l'osservatorio potrebbe strutturarsi attorno a quattro linee di lavoro:

1. Mappatura delle iniziative

Costruzione di una base di dati regionale che includa:

- programmi sportivi italiani in America Latina
- attori coinvolti (istituzioni, club, ONG, università)
- portata geografica e demografica

In questa mappatura, si potrebbe pensare a una base di dati complessa, che possa prendere come punto di partenza l'elenco dei programmi di cooperazione sportiva Italia-America Latina identificati nel capitolo 6 (Tabella 3).

2. Misurazione dell'impatto

Sviluppo di indicatori che permettano di valutare:

- partecipazione e portata dei programmi

- impatto sociale (inclusione, educazione, integrazione)
- impatto economico (collegamento con settori produttivi)
- contributo all'immagine internazionale dell'Italia

In questo modo, la misurazione dell'impatto permetterebbe di valutare meglio le risorse destinate alla diplomazia sportiva in America Latina e di prendere decisioni più informate nel lungo periodo.

3. Analisi strategica

Elaborazione di rapporti periodici orientati a:

- individuare tendenze
- identificare buone pratiche
- comparare esperienze tra Paesi

Ciò permetterebbe di generare conoscenza cumulativa e orientare future decisioni di politica estera.

4. Piattaforma di articolazione

L'osservatorio potrebbe anche funzionare come uno spazio di connessione tra attori, facilitando:

- scambio di informazioni
- coordinamento delle iniziative
- generazione di progetti congiunti

8.5.3 Articolazione istituzionale

L'osservatorio potrebbe svilupparsi a partire da una logica di cooperazione tra:

- il MAECI (coordinamento strategico)
- università italiane e latinoamericane
- centri di ricerca
- organismi sportivi
- istituzioni culturali
- consulenti privati

In questo senso, il suo disegno non implicherebbe necessariamente la creazione di una struttura completamente nuova, bensì l'articolazione di capacità già esistenti in differenti ambiti.

8.5.4 Valore strategico

La creazione di un osservatorio permetterebbe di affrontare una delle principali sfide della diplomazia sportiva: la difficoltà nel trasformare esperienze disperse in conoscenza sistematica. In assenza di informazioni strutturate, le politiche tendono a dipendere da iniziative occasionali o da diagnosi parziali, limitando la loro portata strategica.

Al contrario, un approccio basato sull'evidenza permetterebbe di migliorare l'efficienza nell'uso delle risorse, rafforzare la coerenza delle politiche e incrementare la capacità di proiezione internazionale.

8.5.5 Finanziamento

Dal punto di vista finanziario, la creazione dell'Osservatorio non richiederebbe necessariamente l'assegnazione di una voce di bilancio specifica di grande scala, bensì potrebbe strutturarsi a partire da uno schema di finanziamento ibrido. In questo senso, il MAECI potrebbe assumere un ruolo di coordinamento e finanziamento iniziale, complementato dalla partecipazione di università, centri di ricerca e programmi di cooperazione internazionale. Allo stesso modo, l'articolazione con strumenti esistenti dell'Unione Europea e organismi multilaterali permetterebbe di canalizzare risorse orientate alla promozione dello sport, dell'inclusione sociale e della generazione di conoscenza. Questo approccio permetterebbe di sviluppare uno strumento di alto valore strategico con costi relativamente contenuti, basato sull'ottimizzazione di capacità già disponibili.

8.6 Dimensione tecnica e professionale

Infine, risulta rilevante segnalare che l'implementazione di questo tipo di strumento richiede capacità tecniche specifiche, collegate all'analisi dei dati, alla valutazione delle politiche e all'articolazione interistituzionale. In questo senso, la diplomazia sportiva si presenta come un campo emergente che richiede profili capaci di operare all'intersezione tra relazioni internazionali, cooperazione, commercio internazionale, economia e gestione.

In questo modo, la dimensione tecnica risulta centrale per consolidare una diplomazia sportiva efficace, sostenibile e orientata ai risultati.

Capitolo 9. Analisi critica e prospettive future

9.1 Valutazione critica dell'approccio italiano alla diplomazia sportiva

L'analisi sviluppata nel corso del presente rapporto permette di identificare un divario significativo tra il potenziale dell'Italia in materia di diplomazia sportiva e il suo livello effettivo di implementazione in America Latina. Nonostante disponga di risorse strategiche rilevanti, come una solida reputazione internazionale associata allo sport, un'estesa rete diplomatica e culturale, e profondi vincoli storici con la regione, l'uso dello sport come strumento di politica estera rimane frammentato e ancora scarsamente istituzionalizzato.

In termini di capacità, l'Italia dispone di un considerevole capitale simbolico. La sua tradizione sportiva, la proiezione globale dei suoi club e atleti, e l'associazione del "made in Italy" con valori come eccellenza, disciplina e creatività, costituiscono risorse ideali per l'esercizio del soft power. Allo stesso modo, la presenza di comunità italo-discendenti in numerosi Paesi latinoamericani rafforza l'esistenza di canali preesistenti per la diffusione culturale e la generazione di vincoli di fiducia.

Tuttavia, queste risorse non si traducono nella pratica in una strategia coerente di diplomazia sportiva. A differenza di altri strumenti di politica culturale, come la rete degli Istituti Italiani di Cultura o i programmi accademici internazionali, lo sport, nonostante la recente creazione dell'Ufficio di Diplomazia dello Sport, non occupa ancora un posto pienamente consolidato all'interno dell'architettura istituzionale del MAECI. Le iniziative esistenti tendono ad avere un carattere isolato, dipendenti da attori individuali (ambasciate, associazioni sportive, governi locali) e senza meccanismi sistematici di coordinamento, monitoraggio o valutazione.

Questa assenza di un approccio strategico limita la capacità dell'Italia di capitalizzare opportunità in un contesto regionale altamente ricettivo. In America Latina, lo sport non costituisce soltanto una pratica sociale diffusa, ma anche una componente centrale dell'identità culturale e un canale privilegiato di interazione transnazionale. In questo senso, la mancanza di una politica strutturata riduce l'impatto potenziale delle azioni italiane, che in molti casi rimangono circoscritte a esperienze occasionali senza continuità nel tempo.

Inoltre, si osserva una limitata articolazione tra i differenti livelli di governo e gli attori non statali. Il sistema sportivo italiano, caratterizzato dalla coesistenza di federazioni, club, enti formativi e organizzazioni del terzo settore, offre un ampio margine per lo sviluppo di iniziative internazionali. Tuttavia, l'assenza di piattaforme di coordinamento impedisce di sfruttare pienamente queste capacità, generando sovrapposizioni, inefficienze e perdita di scala negli interventi.

In questa situazione, si può affermare che la principale sfida non risiede nella mancanza di risorse, bensì nella carenza di una visione integrata che permetta di orientare, definire le priorità e sostenere nel tempo le azioni di diplomazia sportiva. L'esperienza comparata dimostra che quei Paesi che sono riusciti a posizionare lo sport come strumento efficace di politica estera lo hanno fatto a partire da strategie deliberate, con obiettivi chiari, assegnazione di risorse

specifiche e meccanismi di valutazione dell'impatto, come nel caso della Cina con i Giochi Olimpici di Pechino 2008.

Di conseguenza, avanzare verso un modello più strutturato implicherebbe non solo rafforzare il coordinamento istituzionale, ma anche riconoscere lo sport come una componente legittima e strategica dell'azione estera italiana. Questo passo risulta fondamentale per trasformare un insieme di iniziative disperse in una politica pubblica capace di generare influenza, consolidare relazioni bilaterali e contribuire al posizionamento internazionale dell'Italia in America Latina.

9.2 Opportunità strategiche per l'Italia in America Latina

Il contesto latinoamericano presenta condizioni particolarmente favorevoli per lo sviluppo di una strategia italiana di diplomazia sportiva con proiezione di lungo periodo. La combinazione di una forte centralità dello sport nella vita sociale, un'alta ricettività verso espressioni culturali europee e la persistenza di vincoli storici con l'Italia configura uno scenario propizio per l'espansione del soft power italiano nella regione.

In primo luogo, lo sport in America Latina svolge una funzione che trascende ciò che è strettamente competitivo, operando anche come un fenomeno che permette di ottenere coesione e mobilità sociale, come illustrato nei capitoli 4 e 5. Questa caratteristica amplifica l'impatto potenziale di qualsiasi iniziativa legata all'ambito sportivo, nella misura in cui permette di raggiungere pubblici ampi e diversificati, includendo settori tradizionalmente meno accessibili attraverso strumenti diplomatici convenzionali. In questo senso, lo sport offre all'Italia una piattaforma di inserimento con elevata capacità di penetrazione sociale e legittimità culturale.

A ciò si aggiunge l'esistenza di un'estesa diaspora italo-latinoamericana, che costituisce uno dei principali elementi distintivi dell'Italia rispetto ad altri attori internazionali. La presenza di comunità italo-discendenti non solo facilita la circolazione di valori, pratiche e riferimenti culturali, ma permette anche la costruzione di iniziative con una forte componente identitaria, come programmi di scambio, formazione sportiva o turismo delle radici. Questa dimensione relazionale permette all'Italia di operare non unicamente come un attore esterno, ma come parte di una rete culturale condivisa, il che rafforza l'efficacia delle sue azioni.

Da parte sua, l'Italia possiede vantaggi comparativi in termini di know-how sportivo. La sua esperienza nella formazione di atleti, gestione di club, sviluppo di leghe e organizzazione di eventi costituisce una risorsa esportabile con alta domanda in diversi Paesi della regione. Ciò è emerso chiaramente, per esempio, nei programmi di cooperazione con l'Argentina per la preparazione degli atleti in vista dei Giochi Olimpici invernali.

Un altro aspetto rilevante risiede nella possibilità di articolare la diplomazia sportiva con altre dimensioni dell'azione estera, specialmente quella culturale, educativa ed economica. L'integrazione di iniziative sportive con programmi di scambio accademico, attività di promozione culturale o strategie di posizionamento di marchi italiani permette di massimizzare l'impatto degli interventi e generare sinergie tra differenti strumenti di politica pubblica. In questo quadro, lo sport può agire come porta d'ingresso per processi più ampi di cooperazione e presenza internazionale.

In termini geopolitici, la regione offre anche opportunità in un contesto di crescente competizione tra attori esterni. Sebbene Paesi come Cina e Stati Uniti abbiano incrementato la loro presenza in America Latina attraverso investimenti e programmi di cooperazione, l'Italia può differenziarsi mediante una strategia basata sulla prossimità culturale, la qualità delle sue proposte e la costruzione di relazioni di lungo periodo. A differenza di approcci centrati sul potere economico o militare, la diplomazia sportiva permette di dispiegare una forma di influenza più sottile, ma potenzialmente più sostenibile nel tempo.

Tuttavia, per capitalizzare queste opportunità risulta indispensabile avanzare verso una definizione strategica delle priorità. L'identificazione di Paesi, discipline sportive e segmenti di popolazione chiave permetterebbe di concentrare risorse e aumentare l'efficacia delle azioni. In questo senso, una strategia focalizzata potrebbe generare risultati più consistenti rispetto a una dispersione di iniziative su scala regionale.

In sintesi, l'America Latina non solo rappresenta uno spazio di intervento possibile per la diplomazia sportiva italiana, ma un ambiente particolarmente ricettivo dove i suoi vantaggi comparativi possono tradursi in influenza concreta. La chiave risiede nel trasformare queste condizioni favorevoli in una strategia sostenuta, capace di articolare risorse esistenti, generare impatto misurabile e consolidare la presenza italiana nella regione nel medio e lungo periodo.

9.3 Rischi e limitazioni della diplomazia sportiva

Sebbene la diplomazia sportiva presenti un insieme significativo di opportunità per l'Italia in America Latina, la sua implementazione non è esente da rischi e limitazioni che devono essere considerati nella progettazione di una strategia efficace. Ignorare questi fattori potrebbe non solo ridurre l'impatto delle iniziative, ma anche generare effetti controproducenti in termini di reputazione e inserimento internazionale.

In primo luogo, uno dei principali rischi risiede nella crescente politicizzazione dello sport a livello globale. Come illustrato nel capitolo 3, eventi sportivi, programmi di cooperazione o persino la figura degli atleti possono essere utilizzati come strumenti di legittimazione politica, tanto da attori statali quanto non statali. In questo contesto, esiste la possibilità che iniziative di diplomazia sportiva siano percepite come strumenti di propaganda o ingerenza esterna, specialmente in scenari di alta sensibilità politica. Per l'Italia, ciò implica la necessità di progettare interventi che privilegino la trasparenza, l'inclusione e il rispetto delle dinamiche locali.

In secondo luogo, il fenomeno dello sportswashing costituisce una preoccupazione crescente nell'ambito internazionale. L'utilizzo dello sport per migliorare l'immagine di Paesi o istituzioni di fronte a contestazioni in materia di diritti umani, governance o sostenibilità può erodere la credibilità delle azioni diplomatiche. Sebbene l'Italia non affronti questo tipo di contestazioni nella stessa misura di altri attori, l'associazione con progetti o partner locali controversi potrebbe influenzare negativamente la sua immagine, specialmente in contesti dove le strutture istituzionali presentano debolezze.

Un'altra limitazione rilevante si collega alla disponibilità e assegnazione delle risorse. La diplomazia sportiva, particolarmente nella sua dimensione internazionale, richiede investimenti

sostenuti nel tempo, tanto in termini finanziari quanto umani. In un contesto di restrizioni di bilancio, esiste il rischio che queste iniziative vengano relegate o lasciate incompiute di fronte ad altre priorità di politica estera. Allo stesso modo, l'assenza di linee di finanziamento specifiche rende difficile la pianificazione nel medio e lungo periodo, favorendo la proliferazione di progetti isolati senza continuità.

A ciò si aggiunge la frammentazione istituzionale già identificata nel capitolo 7. La coesistenza di molteplici attori (ministeri, federazioni sportive, governi locali, organizzazioni della società civile) senza meccanismi chiari di coordinamento genera inefficienze e limita la scalabilità delle iniziative. Questa dispersione non solo influenza l'implementazione, ma anche la capacità di misurare risultati e costruire apprendimenti cumulativi, elementi chiave per qualsiasi politica pubblica.

Da una prospettiva regionale, devono essere considerate anche le asimmetrie strutturali presenti in America Latina. Le differenze in termini di sviluppo economico, capacità istituzionale e stabilità politica tra i Paesi condizionano la fattibilità degli interventi. Per esempio, programmi che risultano di successo in determinati contesti possono non essere replicabili in altri, il che obbliga a progettare strategie flessibili e adattate alle realtà locali. In questo senso, la mancanza di diagnosi specifiche può condurre a un'assegnazione inefficiente delle risorse e a risultati limitati.

Infine, la crescente competizione internazionale nell'ambito della diplomazia pubblica introduce una sfida aggiuntiva: attori come Stati Uniti, Cina e, in misura minore, Paesi europei come la Spagna, hanno sviluppato strategie più consolidate nella regione, combinando strumenti economici, culturali ed educativi. In questo scenario, l'Italia corre il rischio di rimanere indietro se non riuscirà a differenziare la propria proposta e posizionarsi in maniera chiara nell'ecosistema della cooperazione internazionale.

Nel loro insieme, questi fattori evidenziano che la diplomazia sportiva non costituisce uno strumento esente da complessità, ma uno strumento che richiede pianificazione strategica, gestione dei rischi e capacità di adattamento. Riconoscere queste limitazioni non implica sminuirne il potenziale, bensì porre le basi per un approccio più realistico e sostenibile, capace di massimizzare i benefici e minimizzare gli impatti negativi nel processo di implementazione.

9.4 Prospettive future per una maggiore efficacia della strategia italiana di diplomazia sportiva in America Latina

A partire dall'analisi precedente, risulta evidente che la principale sfida per l'Italia non risiede nell'assenza di capacità, bensì nella necessità di strutturare una strategia coerente, sostenuta e orientata ai risultati. In questo senso, il presente paragrafo propone una serie di linee operative destinate a rafforzare il ruolo dello sport come strumento di diplomazia pubblica in America Latina.

1. Istituzionalizzazione della diplomazia sportiva nel MAECI

Si raccomanda di avanzare nella formalizzazione dello sport come asse specifico all'interno della politica estera italiana. Sebbene esistano iniziative legate all'ambito sportivo promosse

dal MAECI e da altri attori istituzionali, queste tendono a svilupparsi in maniera frammentata e senza una struttura programmatica chiaramente definita. L'istituzionalizzazione permetterebbe di dare continuità alle iniziative, evitando la loro dipendenza da azioni isolate o congiunturali.

2. Definizione di una strategia regionale focalizzata

Risulta necessario identificare Paesi prioritari in funzione di criteri come la presenza di comunità italo-discendenti, la rilevanza dello sport nell'agenda locale e le opportunità di cooperazione esistenti. Una strategia focalizzata permetterebbe di ottimizzare le risorse e generare impatti più visibili, in contrasto con l'attuale dispersione delle iniziative.

3. Creazione di meccanismi di finanziamento specifici

La sostenibilità della diplomazia sportiva richiede l'assegnazione di risorse dedicate. Si propone la creazione di linee di finanziamento specifiche, che possano essere canalizzate attraverso fondi di cooperazione internazionale, alleanze pubblico-private o programmi europei. Allo stesso modo, la partecipazione del settore privato, particolarmente di imprese collegate allo sport, al turismo e alla cultura, potrebbe contribuire ad ampliare la base di finanziamento.

4. Articolazione di attori pubblici e privati

L'ecosistema sportivo italiano presenta un'alta diversità di attori con potenziale di proiezione internazionale. Si raccomanda di stabilire piattaforme di coordinamento che integrino il MAECI, il CONI, le federazioni sportive, le università, le ONG e i governi locali. Questa articolazione permetterebbe di generare economie di scala, evitare duplicazioni e potenziare la portata delle iniziative.

5. Sviluppo di programmi strutturati di cooperazione sportiva

Al di là di azioni occasionali, si propone di progettare programmi di cooperazione con obiettivi chiari e continuità nel tempo. Tra questi, si distinguono:

- programmi di formazione per allenatori e dirigenti sportivi
- scambi tra accademie, club e università
- progetti di sport per lo sviluppo orientati a giovani e comunità vulnerabili
- borse di studio per atleti latinoamericani in istituzioni italiane

6. Integrazione con altre dimensioni della politica estera

La diplomazia sportiva dovrebbe articolarsi con le strategie culturali, educative ed economiche già esistenti. In particolare, il suo collegamento con il turismo delle radici, la promozione della lingua italiana e i programmi accademici internazionali può generare sinergie rilevanti, ampliando l'impatto delle azioni e rafforzando la presenza italiana nella regione.

7. Implementazione di sistemi di monitoraggio e valutazione

Per garantire l'efficacia delle iniziative, risulta fondamentale incorporare meccanismi di monitoraggio e valutazione dell'impatto. La creazione di indicatori specifici, collegati a

partecipazione, portata, percezione e impatto sociale, permetterebbe di misurare risultati, adattare strategie e consolidare un approccio basato sull'evidenza.

8. Costruzione di una narrativa strategica

Infine, si raccomanda di sviluppare una narrativa coerente che posizioni l'Italia come un attore impegnato con lo sviluppo umano, l'inclusione e la cooperazione attraverso lo sport. Questa narrativa dovrebbe essere coerente a tutti i livelli di intervento, sul modello del *Made in Italy* ma focalizzata sullo sport, rafforzando l'immagine del Paese, differenziandolo da altri attori internazionali.

Capitolo 10. Conclusioni

Nel corso del presente lavoro si è cercato di analizzare lo sport come strumento di diplomazia pubblica in America Latina, e valutare il potenziale della diplomazia sportiva italiana in questa regione. Con l'obiettivo di affrontare integralmente la questione, è stato elaborato un quadro teorico nel quale sono stati definiti e contestualizzati alcuni concetti.

Da un lato, è stato identificato lo sport come uno strumento di linguaggio transnazionale, valorizzando la sua capacità di generare emozioni, simboli e valori condivisi. Si è inoltre evidenziato che lo sport serve ad ampliare la nozione di marca paese che, nel caso dell'Italia, si trova legata all'eredità culturale, alla creatività industriale, allo stile di vita mediterraneo e all'impegno verso la sostenibilità e l'inclusione.

Dall'altro lato, è stata anche concettualizzata la diplomazia pubblica, intesa come un insieme di attività che vanno oltre le negoziazioni dirette tra funzionari del più alto livello. A differenza della diplomazia tradizionale, la diplomazia pubblica cerca di costruire reputazione, credibilità e legittimità.

Entrambi i concetti, esplicitati nell'obiettivo generale del rapporto, si inquadrano teoricamente sotto la nozione di soft power delineata da Nye, secondo la quale l'attrazione e la persuasione si collocano al di sopra della coercizione e della pressione economica.

Nel terzo capitolo si riduce il livello di astrazione teorica e si esemplifica questo vincolo tra sport e diplomazia pubblica. Con esempi che vanno dall'organizzazione di megaeventi al ruolo di organismi internazionali come la FIFA, il COI e l'ONU, si manifesta l'universalità dello sport e la sua importanza per esercitare effettivamente il soft power. Tuttavia, si fa anche riferimento alle tensioni che può generare un uso distorto dello sport come strumento diplomatico. Sia cercando il cosiddetto "sportswashing" sia tentando di migliorare l'opinione pubblica internazionale, e nonostante si tratti di un tipo di diplomazia indiretta, sono stati numerosi i casi nei quali gli effetti finiscono per essere controproducenti.

Dopo questo sviluppo storico a livello globale, l'attenzione si concentra sulla regione latinoamericana, poiché l'efficacia dell'implementazione della diplomazia sportiva si collega strettamente alla conoscenza del territorio da affrontare.

Su questo punto, è necessario riprendere le condizioni strutturali della regione, principalmente in termini di povertà, disuguaglianza e bassa mobilità sociale. Questi tre aspetti modellano lo sviluppo dello sport, da un lato per le difficoltà derivate dai problemi nel dare continuità ai programmi sportivi, e dall'altro per il fatto di costituirsi come uno strumento o uno spazio per ottenere coesione sociale nella regione. Inoltre, un altro tratto distintivo della regione è che le pratiche sportive si inscrivono spesso in una logica a forte impronta statale, il che deve essere considerato nel pensare a politiche di diplomazia sportiva nella regione.

Successivamente, vengono analizzati alcuni studi di caso latinoamericani che mostrano l'importanza dello sport sia per perseguire obiettivi di politica estera, sia per rafforzare la stabilità politica interna. A questo scopo, vengono ripresi esempi rilevanti di Argentina, Brasile,

Venezuela, Cuba e Messico, evidenziando tanto gli elementi comuni, come l'organizzazione di megaeventi, quanto le specificità di ciascun modello.

Nei capitoli 6 e 7, l'attenzione si concentra sul vincolo dell'Italia con la regione, prima in termini di basi sulle quali si fondano le relazioni, ma anche sul potenziale della diplomazia sportiva in America Latina. Con i dati quantitativi e gli esempi di circolazione bidirezionale di simboli e identità sviluppati, si può affermare che l'Italia possiede un grande potenziale per estendere e approfondire la diplomazia sportiva nella regione.

In questi due capitoli si manifesta che il modello di intervento italiano si sostiene su tre aspetti: una crescente istituzionalizzazione, principalmente attraverso il MAECI e il Comitato Olimpico Nazionale Italiano (CONI); la formazione sportiva e il trasferimento di know-how; e lo sviluppo di programmi sportivi come strumenti di inclusione e sviluppo sociale. A sua volta, a causa della grande ed estesa diaspora italiana, il turismo delle radici emerge anche come possibilità di sviluppare diplomazia "dal basso".

Una volta conclusi i capitoli descrittivi, si passa a un approccio propositivo, nel quale vengono delineati quattro modelli operativi/iniziative da considerare nel breve/medio periodo: (a) un programma Italia-America Latina che integri e sistematizzi la diplomazia sportiva italiana nella regione; (b) iniziative per collegare lo sport con il settore privato italiano, ma anche dell'America Latina; (c) costruire una rete di nodi sportivi; e (d) promuovere l'apertura di un osservatorio di diplomazia sportiva italiana nella regione.

Queste proposte rispondono ai problemi analizzati criticamente nel capitolo 9, nel quale si riprende l'idea che l'Italia dispone di un importante potenziale per sviluppare una strategia di diplomazia sportiva in America Latina, basata sul suo capitale simbolico, la sua tradizione sportiva e i vincoli storici con la regione. Tuttavia, questo potenziale non si traduce in risultati concreti a causa della mancanza di una strategia integrata e di un'adeguata istituzionalizzazione all'interno della sua politica estera. Le iniziative attuali appaiono frammentate, senza coordinamento né continuità, il che limita il loro impatto in un contesto regionale altamente ricettivo, dove lo sport funziona come un canale chiave di coesione sociale, identità culturale e proiezione internazionale.

In definitiva, il lavoro conclude che lo sport non deve essere inteso unicamente come una dimensione culturale o ricreativa, bensì come una risorsa strategica di politica estera. La sua incorporazione sistematica nell'azione internazionale italiana potrebbe contribuire a costruire relazioni più dense, stabili e reciprocamente vantaggiose con l'America Latina, una regione con forti legami storici, culturali, economici e sociali. In uno scenario globale dove l'influenza si definisce sempre più attraverso la capacità di generare attrazione, fiducia e legittimità, rafforzare l'efficacia della diplomazia sportiva si configura come una via promettente per raggiungere obiettivi di politica estera.

Bibliografia

Allison, L., & Monnington, T. (2002). Sport, prestige and international relations. Government and Opposition, 37(1), 106–134.

Ambasciata d'Italia in Argentina. (2024a). Actividades por la Giornata dello Sport Italiano nel Mondo. Disponibile su: https://ambbuenosaires.esteri.it

Ambasciata d'Italia in Argentina. (2024b). Italia y Argentina fortalecen sus lazos a través del deporte.

Ambasciata d'Italia in Argentina. (2025). Becas de estudio ofrecidas por el Gobierno italiano a estudiantes extranjeros e italianos residentes en el exterior (IRE). Disponibile su: https://ambbuenosaires.esteri.it/

Ambasciata d'Italia in Argentina. (2026). Presentación de la camiseta tricolore de Vélez Sarsfield.

Anderson, B. (1983). Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. Verso.

Anholt, S. (2007). Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Palgrave Macmillan.

Anholt, S. (2010). Places: Identity, Image and Reputation. Palgrave Macmillan.

Araújo, J. R. (1996). Imigração e futebol: o caso Palestra Italia. Universidade Estadual de Campinas.

Arias Inostroza, G. (2018). La postura del Audax Club Sportivo Italiano con los valores del fascismo italiano (1922–1939). Revista Divergencia. Disponibile su: https://www.revistadivergencia.cl/articulos/los-defensores-del-audax-estan-de-pie-lapostura-del-audax-club-sportivo-italiano-a-c-s-i-con-los-valores-del-fascismo-italiano1922-1939/

Aronczyk, M. (2013). Branding the Nation: The Global Business of National Identity. Oxford University Press.

Asociación Dante Alighieri de Buenos Aires. (s.d.). La Dante Buenos Aires. Disponibile su: https://www.dante.edu.ar/

Asociación del Fútbol Argentino (AFA). (2024). AFA Tower: un emprendimiento de real estate desarrollado por Prestige One Developments. Disponibile su: https://www.afa.com.ar/en/posts/afa-tower-un-emprendimiento-de-real-estate-desarrollado-por-prestige-one-developments

Asociación del Fútbol Argentino (AFA). (2026, 1 marzo). El fútbol, un puente humanitario.

Associated Press. (2026, 18 marzo). Venezuela beats U.S. 3-2 to win first World Baseball Classic title.

Banca Interamericana di Sviluppo (BID). (2019). Sports for Development. Disponibile su: https://publications.iadb.org/publications/english/document/Sports-for-Development.pdf

Banca Interamericana di Sviluppo (BID). (2024). Las complejidades de la desigualdad en América Latina y el Caribe. Disponibile su: https://www.iadb.org/es/noticias/las-complejidades-de-la-desigualdad-en-america-latina-y-el-caribe

Banca Mondiale. (2024). Pobreza en América Latina: 10 datos que debemos conocer en 2024 [blog]. Disponibile su: https://blogs.worldbank.org/es/opendata/poverty-in-latin-america--10-facts-you-need-to-know-for-2024

Bauböck, R. (2007). Stakeholder Citizenship and Transnational Political Participation: A Normative Evaluation of External Voting. Fordham Law Review, 75(5), 2393–2447.

BBC. (2016). Obama attends baseball game in Cuba during historic visit.

BBC. (2019a). US blocks MLB deal with Cuba over trafficking concerns.

BBC. (2019b). Egan Bernal wins Tour de France and makes history for Colombia.

Biblioteca Nacional do Brasil. (2024). 150 años de la inmigración italiana en Brasil.

Billings, A. C., & Hardin, M. (2014). Routledge Handbook of Sport and New Media. Routledge.

Bjola, C., & Holmes, M. (2015). Digital Diplomacy: Theory and Practice. Routledge.

Black, D. (2007). The symbolic politics of sport mega-events.

Boca Juniors. (2025). Italia en La Boca. Disponibile su: https://www.bocajuniors.com.ar/noticias/italia-en-la-boca

Bocketti, G. (2008). Italian Immigrants, Brazilian Football, and the Dilemma of National Identity. Journal of Latin American Studies, 40(2). Disponibile su: https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-latin-american-studies/article/abs/italian-immigrants-brazilian-football-and-the-dilemma-of-national-identity/A1813C62158459EFC847B791767A005A

Booth, D. (1998). The Race Game: Sport and Politics in South Africa. Frank Cass.

Bourdieu, P. (1991). Language and Symbolic Power. Harvard University Press.

Brady, A. M. (2009). Marketing Dictatorship: Propaganda and Thought Work in Contemporary China. Rowman & Littlefield.

Brand Finance. (2024). Football and soft power: global influence of national teams and players.

Brownell, S. (2008). Beijing's Games: What the Olympics Mean to China. Rowman & Littlefield.

Brubaker, R. (1992). Citizenship and Nationhood in France and Germany. Harvard University Press.

Brunet, F. (1995). An economic analysis of the Barcelona'92 Olympic Games.

Cámara de Comercio Italiana en México. (2026). Italia invierte en México: el papel estratégico de la Cámara de Comercio Italiana en la conexión empresarial. Disponibile su: https://www.linkedin.com/pulse/italia-invierte-en-m%C3%A9xico-el-papel-estrat%C3%A9gico-c6b1e/

Cambridge University Press. (2017). Sports culture and the varieties of Latin American identity. Latin American Research Review.

Campanella, E. (2014). The Italian Economy in the Twentieth Century. Palgrave Macmillan.

Carter, J. (1980). Public statements on the Moscow Olympics boycott.

CEPAL – Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2023). Relaciones económicas entre la Unión Europea y América Latina.

CEPAL – Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2025). Panorama Social de América Latina y el Caribe 2025.

Cha, V. (2018). The Olympics and Korean diplomacy.

Checkel, J. T. (1999). Norms, Institutions, and National Identity in Contemporary Europe. International Studies Quarterly, 43(1), 83–114.

Chequeado. (2026, 4 marzo). Nahuel Gallo: qué se sabe sobre la liberación del gendarme argentino detenido en Venezuela.

Choate, M. (2008). Emigrant Nation: The Making of Italy Abroad. Harvard University Press.

Clini, C. (2019). *Made in Italy*: Innovazione e sostenibilità. Il Mulino.

Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales (CARI). (2023). Deporte, cultura y proyección internacional de Argentina. Disponibile su: https://cari.org.ar

Consejo Iberoamericano del Deporte. (s.d.). Disponibile su: https://www.coniberodeporte.org

Cornelissen, S. (2010). The geopolitics of global aspiration: Sport mega-events and emerging powers. The International Journal of the History of Sport, 27(16–18).

Council of Europe. (2021). FIFA transfer system reform analysis and recommendations.

Council on Foreign Relations. (2023). Saudi Arabia's investments raise questions of "sportswashing".

Crivellaro, F. (2017). La diplomazia degli affetti: Cultura e relazioni internazionali nell'Italia contemporanea. Carocci.

Cull, N. J. (2009). Public Diplomacy: Lessons from the Past. Figueroa Press/USC Center on Public Diplomacy.

Deloitte. (2024). Football Money League.

Dinnie, K. (2015). Nation Branding: Concepts, Issues, Practice (2nd ed.). Routledge.

El Estímulo / Clímax. (2017, 14 luglio). 10 años del mayor derroche económico del deporte: Copa América 2007.

El País. (2026, 3 marzo). La cúpula del fútbol argentino media en la liberación del gendarme Nahuel Gallo y agudiza su enfrentamiento con Milei.

ESPN. (2023). La decisión de la WTA sobre las tenistas que jueguen exhibiciones en Rusia.

ESPN. (2025). Entrevista a Martín Castrogiovanni.

Esteso, P., et al. (2023). Diplomacia deportiva y vínculos internacionales: el caso Argentina–Bangladesh. Revista de Estudios Internacionales, Universidad de Chile.

Estrader, J. (2023). Cultura, fútbol y soft power en Argentina. Disponibile su: https://politicaexteriorargentina.org

European Commission. (2018). High-Level Group on Sport Diplomacy: Recommendations. Publications Office of the European Union.

FIFA. (2014). 2014 FIFA World Cup Brazil™: Technical Report and Statistics.

FIFA. (2018). United 2026 Bid Evaluation Report.

FIFA. (2019). 2018 FIFA World Cup Russia – Global broadcast and audience report.

FIFA. (2022). Italy 2006 World Cup squad statistics.

FIFA. (2024). Audience Report: FIFA World Cup Qatar 2022™.

FIFA. (2025). Global Transfer Report 2024.

FIFA. (s.d.). Reportes sobre la Copa Mundial de la FIFA 2014.

FIGC. (2021). Mauro Camoranesi: profilo ufficiale.

Finnemore, M. (1996). National Interests in International Society. Cornell University Press.

Fiorelli, M. (2021). Comunicare l'Italia: Strategie di Nation Branding e Diplomazia Pubblica. FrancoAngeli.

Fondazione Migrantes. (2024). Rapporto Italiani nel Mondo 2024. Disponibile su: https://www.migrantes.it

García, A. (2024). El rol social de los clubes de fútbol en América Latina. TRT Español. Disponibile su: https://www.trtespanol.com/article/1492857300

García, B. (2004). The Olympic Games and cultural policy.

García, C., & Wills, M. (2019). Deporte, paz y posconflicto en Colombia.

Giulianotti, R., & Robertson, R. (2007). Globalization and football.

Gobierno de Argentina. (2020). Clubes de barrio y de pueblo. Disponibile su: https://www.argentina.gob.ar/justicia/derechofacil/leysimple/clubes-de-barrio-y-de-pueblo

Gobierno de Argentina. (2023). Programa Clubes Argentinos. Disponibile su: https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes/clubes-argentinos

Gobierno de la Ciudad de México. (2022). Clase masiva de boxeo en el Zócalo rompe récord Guinness.

Grix, J., & Brannagan, P. M. (2016). Sport Politics and the Olympics: A History of Power and Performance. Manchester University Press.

Grix, J., & Houlihan, B. (2014). Sports mega-events as part of a nation's soft power strategy: The cases of Germany (2006) and the UK (2012). The British Journal of Politics and International Relations, 16(4), 572–596.

Grix, J., & Lee, D. (2013). Soft power, sports mega-events and emerging states: The lure of the politics of attraction. Global Society, 27(4), 521–536.

Grix, J., Brannagan, P. M., & Lee, D. (2019). State strategies for leveraging sports mega-events.

Grix, J., et al. (2025). Unpacking the politics of sportswashing.

Hall, T. H. (2010). An Unclear Attraction: A Critical Examination of Soft Power as an Analytical Category. The Chinese Journal of International Politics, 3(2), 189–211.

Hayden, C. (2012). The Rhetoric of Soft Power: Public Diplomacy in Global Contexts. Lexington Books.

Hospital Italiano de Buenos Aires. (2013). Manual de inducción: historia institucional. Disponibile su: https://www.hospitalitaliano.org.ar/

Huish, R. (2013). Cuban sports diplomacy and international cooperation.

ICE Agenzia. (2024). Rapporti economici Italia–America Latina.

Infobae. (2024). La inversión en el deporte. Disponibile su: https://www.infobae.com/opinion/2024/12/02/la-inversion-en-el-deporte/

Infobae. (2025). Empresas italianas en Argentina.

Instituto Universitario Italiano de Rosario (IUNIR). (s.d.). Historia institucional. Disponibile su: https://www.iunir.edu.ar/el_iunir/historia

International Labour Organization. (2022). Labour reforms in the State of Qatar.

International Olympic Committee. (2022–2023). IOC statements on the participation of Russian and Belarusian athletes.

International Olympic Committee. (2024a). IOC Annual Report 2023 and Financial Statements.

International Olympic Committee. (2024b). Olympic Charter.

InvestChile. (2025). Presidente Boric inaugura encuentro de negocios Chile-Italia. Disponibile su: https://www.investchile.gob.cl/es/encuentro-chile-italia-oct-2025/

IOC. (s.d.). Olympic Games Beijing 2008 reports.

IOC. (s.d.). Olympic Games Seoul 1988 Official Report.

IOC. (s.d.). PyeongChang 2018 Official Report.

IPPDH-Mercosur. (2023). Carta de intención de trabajo conjunto con CONMEBOL. Disponibile su: https://ippdh.mercosur.int/el-ippdh-mercosur-y-la-conmebol-firman-carta-de-intencion-de-trabajo-conjunto/

ISTAT. (2025). Gli italiani residenti all'estero – anni 2023 e 2024. Disponibile su: https://www.istat.it/comunicato-stampa/gli-italiani-residenti-allestero-anni-2023-e-2024/

Istituto Italiano di Cultura di Buenos Aires. (2024). Becas de estudio ofrecidas por el Gobierno italiano a estudiantes extranjeros e italianos residentes en el exterior (IRE). Disponibile su: https://iicbuenosaires.esteri.it/

Istituto Italiano di Cultura di Buenos Aires. (2025). Borse di studio. Disponibile su: https://iicbuenosaires.esteri.it/

Istituto Italiano di Cultura. (2024). Actividades y programas culturales en América Latina.

Iturriaga Guerrero, N. (2015). La comunidad futbolera de los clubes de origen extranjero en Santiago. Universidad de Chile.

Katzenstein, P. (Ed.). (1996). The Culture of National Security: Norms and Identity in World Politics. Columbia University Press.

Kelly, W. (2019). Baseball diplomacy between the United States and Cuba.

Keohane, R., & Nye, J. S. (1977). Power and Interdependence: World Politics in Transition. Little, Brown and Company.

Kurlantzick, J. (2007). Charm Offensive: How China's Soft Power Is Transforming the World. Yale University Press.

La Nación. (2026, 16 gennaio). Italia se hace cargo de la representación de la Argentina en Venezuela, pero el traspaso llevará un tiempo. Disponibile su: https://www.lanacion.com.ar/politica/italia-se-hace-cargo-de-la-representacion-de-la-argentina-en-venezuela-pero-el-traspaso-llevara-un-nid16012026/

Larsen, F. (2018). Italia y Argentina: el relanzamiento de una relación desencantada.

Lee, J. (2019). Sport diplomacy and the Korean Peninsula.

Levermore, R., & Beacom, A. (2009). Sport and International Development. Palgrave Macmillan.

Levitt, P., & Glick Schiller, N. (2004). Conceptualizing Simultaneity: A Transnational Social Field Perspective on Society. International Migration Review, 38(3), 1002–1039.

Lukes, S. (2005). Power: A Radical View (2nd ed.). Palgrave Macmillan.

Manzenreiter, W. (2010). The Beijing Games in the western imagination of China.

Marca. (2025). Ranking de influencia a nivel mundial: los puestos de Real Madrid, Barcelona y una competencia emergente.

McClory, J. (2019). The Soft Power 30: A Global Ranking of Soft Power. Portland Communications.

McLaren, R. H. (2016). WADA Independent Person Report.

Melissen, J. (2011). Beyond the New Public Diplomacy. Clingendael Paper No. 3. Netherlands Institute of International Relations.

Melissen, J. (Ed.). (2005). The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations. Palgrave Macmillan.

Mercosur. (2014). Reunión de Ministros y Altas Autoridades de Deporte. Disponibile su: https://normas.mercosur.int

Ministerio del Deporte de Colombia. (2020). Deporte para la paz y el desarrollo.

Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI). (2024). Comunicati ufficiali sull'America Latina. Disponibile su: https://www.esteri.it

Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI). (2025). Diplomazia dello sport. Disponibile su: https://www.esteri.it/it/diplomazia-economica-e-politica-commerciale/diplomazia-dello-sport/

Ministero del Turismo. (2026). Italea – Turismo delle radici. Disponibile su: https://www.italia.it/es/italea

Ministero delle Relazioni Estere del Brasile (Itamaraty). (2016). South-South cooperation and sports diplomacy initiatives.

Moise, R. (2022). Diaspora Diplomacy and Modes of Engagement. City, University of London.

Morgenthau, H. (1948). Politics Among Nations: The Struggle for Power and Peace. Knopf.

Murray, S. (2012). The Two Halves of Sports-Diplomacy. Diplomacy & Statecraft, 23(3), 576–592.

Nauright, J., & Black, D. (1998). Rugby and the South African nation.

NBA. (2026). Global reach of NBA All-Star 2026.

Nye, J. S. (1990a). Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. Basic Books.

Nye, J. S. (1990b). Soft power. Foreign Policy, (80), 153–171.

Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs.

Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 616(1), 94–109.

Nye, J. S. (2011). The Future of Power. PublicAffairs.

Nye, J. S. (2019). Soft power and public diplomacy revisited. The Hague Journal of Diplomacy, 14(1–2), 7–20.

Olé. (2023). Uno por uno: los 23 argentinos que jugaron para Italia. Disponibile su: https://www.ole.com.ar/futbol-internacional/italia/los-argentinos-que-jugaron-para-italia_0_IdeSEmP1if.html

Ong, A. (1999). Flexible Citizenship: The Cultural Logics of Transnationality. Duke University Press.

Parmar, I. (2012). American Hegemony, the Rockefeller Foundation, and the Rise of American Power Culture. International Politics, 49(2), 159–177.

Preuss, H. (2004). The Economics of Staging the Olympics. Edward Elgar.

Preuss, H. (2015). A framework for identifying the legacies of a mega sport event. Leisure Studies, 34(6), 643–664.

Quintana, A. (2024). El modelo de la NBA y su aplicación al mercado internacional.

Reuters. (2011, 9 luglio). Venezuela's Chávez mixes soccer and statecraft.

Reuters. (2026a, 18 marzo). Venezuela celebrates first World Baseball Classic title with national holiday.

Reuters. (2026b, 18 marzo). National pride fuels Venezuela to first World Baseball Classic championship.

Reuters. (2026c, 1 marzo). Argentine soldier detained in Venezuela released, Argentina says.

Reuters. (2026d, 3 gennaio). Condemnation and applause in Latin America after U.S. seizes Venezuela's Maduro.

Riccio, B. (2020). Turismo delle radici e mobilità culturale. FrancoAngeli.

Riordan, J. (2015). Sport, politics and Russia.

Schneider, C. P. (2006). Cultural Diplomacy: Hard to Define, but You'd Know It If You Saw It. Brown Journal of World Affairs, 13(1), 191–203.

Secretaría del Trabajo y Previsión Social. (2021). Evaluación del programa Jóvenes Construyendo el Futuro.

Secretaría General Iberoamericana (SEGIB). (s.d.). Iberoamérica con el deporte como factor de integración y motor de desarrollo. Disponibile su: https://segib.org/es/iberoamerica-con-el-deporte-como-factor-de-integracion-y-motor-de-desarrollo/

Sheludiakova, N. (2022). Diaspora Diplomacy: Contemporary Problems of Countries. SciTePress.

Soysal, Y. (1994). Limits of Citizenship: Migrants and Postnational Membership in Europe. University of Chicago Press.

Statista. (s.d.). Global fanbase of football clubs.

The Guardian. (2019). Trump administration blocks MLB-Cuba agreement.

The New York Times. (2016). Obama and Castro attend baseball game in Havana.

Tilly, C. (1992). Coercion, Capital and European States, AD 990–1992. Blackwell.

Tintori, G. (2009). Il voto degli italiani all'estero: Rappresentanza e transnazionalismo. Bonanno.

TN. (2026a, 24 febbraio). El Gobierno mantiene comunicación con Italia para intentar llevarle asistencia a Nahuel Gallo en Venezuela.

TN. (2026b, 2 marzo). Quién es el presidente de la Federación Venezolana de Fútbol y cuáles fueron sus gestiones por Nahuel Gallo.

Tomlinson, A. (1996). Olympic spectacle: Opening ceremonies and some paradoxes of globalization. Media, Culture & Society, 18(4), 583–602.

Toohey, K., & Veal, A. J. (2007). The Olympic Games: A Social Science Perspective (2nd ed.). CABI.

Transparencia Venezuela. (2025, 25 maggio). El fútbol venezolano entre un poderoso "ahijado" y varios padrinos.

UNESCO. (2023). The future of inclusive sport and education is already in play. Disponibile su: https://www.unesco.org/en/articles/future-inclusive-sport-and-education-already-play

United Nations General Assembly. (2010). Sport as a means to promote education, health, development and peace.

Università di Bologna. (2025). Semester@Buenos Aires Campus. Disponibile su: https://corsi.unibo.it/

Università di Bologna. (s.d.). Buenos Aires Campus. Disponibile su: https://www.unibo.it/en/university/organisation-and-campuses/buenos-aires-campus

WADA. (2020). CAS Award: WADA v. RUSADA.

Waltz, K. (1979). Theory of International Politics. McGraw-Hill.

Wendt, A. (1992). Anarchy is what States Make of It: The Social Construction of Power Politics. International Organization, 46(2), 391–425.

Wendt, A. (1999). Social Theory of International Politics. Cambridge University Press.

Wilson, M. (2020). Cooperación cultural entre Argentina e Italia: desde el año 1970 hasta la actualidad.

World Rugby. (2024). Sergio Parisse Hall of Fame.

Xu, G. (2008). Olympic Dreams: China and Sports, 1895–2008. Harvard University Press.

Zaharna, R. S. (2010). Battles to Bridges: U.S. Strategic Communication and Public Diplomacy after 9/11. Palgrave Macmillan.

Zaharna, R. S. (2013). Networked Public Diplomacy in the Age of Connectivity. Annals of the American Academy of Political and Social Science, 685(1), 86–102.

EURO MED
ASSOCIAZIONE EUROPA MEDITERRANEO ETS

Lo sport come strumento di *Public Diplomacy* in America Latina

Il rapporto analizza il ruolo dello sport come strumento di diplomazia pubblica e di soft power, con particolare attenzione alle relazioni tra l'Italia e l'America Latina. Partendo dal quadro teorico e da un'ampia ricognizione di esperienze internazionali, lo studio esamina la cultura sportiva latinoamericana, alcuni casi nazionali significativi e la rete di legami storici, migratori e culturali che unisce l'Italia alla regione, dove vivono milioni di italo-discendenti.

Sulla base di questa analisi, il lavoro individua i limiti dell'attuale approccio italiano e propone modelli operativi concreti per una diplomazia sportiva più strutturata, coordinata e misurabile, capace di valorizzare lo sport come ponte tra comunità, istituzioni e imprese.

