

2020, anno XXIX n. 58

Spagna contemporanea



EDIZIONI DELL'ORSO
ISTITUTO DI STUDI STORICI GAETANO SALVEMINI

Spagna contemporanea

Rivista semestrale di storia, cultura e istituzioni

Direttore

Alfonso Botti

Direttore responsabile ai termini di legge

Claudio Venza

Segreteria di redazione

Dolores Garcés Llobet, Caterina Simiand, Altea Villa

Collaboratori di redazione

Deborah Besseghini, Emanuele De Luca

Redazione

Istituto di studi storici Gaetano Salvemini, c/o Polo del '900, via del Carmine 14, 10122 Torino (Italia),
tel. +39.011.5838337; cell. +39.328.1160194. Corrispondenza e scambi vanno inviati alla redazione;
e-mail: coord.redazione@spagnacontemporanea.it; www.istitutosalvemini.it

Amministrazione e distribuzione

Edizioni dell'Orso S.r.l., via Rattazzi 47, 15121 Alessandria (Italia), tel. +39.0131.252349, fax +39.0131.257567;
info@ediorso.it; amministrazione@ediorso.it; abbonamenti@ediorso.it; www.ediorso.it

Le condizioni di abbonamento si trovano sotto il modulo d'ordine, in fondo al fascicolo

© Copyright 2020 by Istituto di studi storici Gaetano Salvemini, Torino

ISSN 1121-7480

ISBN 978-88-3613-134-1

Stampato da Litogì S.r.l. in Milano

Autorizzazione del Tribunale di Torino n. 4521 del 14/10/1992

Con il contributo di



Indice

Saggi e ricerche

Claudio Grasso
Le circolari Sagasta e De Blas: la Spagna nell'“Internazionale della reazione” (1871-1872) 7

Martino Contu
L'emigrazione formenterese e ibizese a Cuba nei secoli XIX e XX attraverso fonti bibliografiche e d'archivio 33

Miguel Ángel García de Juan
Tres artículos de Niceto Alcalá Zamora y Torres olvidados en la prensa suiza, 1937 55

Walter Ghia
Eugenio d'Ors e il fascismo italiano 73

Daniele Serapiglia
Spagna '82. Calcio, arte e cultura popolare di una comunità immaginata tra franchismo e democrazia 127

Public History

Michelangela Di Giacomo
Storia, sport e musei: una possibile storia d'amore? 151

Ricordando Jean-René Aymes

Con contributi di: Vittorio Scotti Douglas, Marco Cipolloni, Gérard Dufour, Emilio La Parra 163

Recensioni

Il mondo segreto di Wellington (Deborah Besseghini) 183

La Spagna e i suoi militari: un conflitto durato un secolo (Vittorio Scotti Douglas) 186

Motori straordinari e storia economica di Spagna dai primi del Novecento alla Seconda guerra mondiale: i quarant'anni di fulgore della Hispano-Suiza (Massimiliano Guderzo) 196

<i>Pestaña, l'attrazione fascista e i falsi storici</i> (Steven Forti)	204
<i>Lucía Sánchez Saornil, una anarquista y feminista en la Guerra Civil española</i> (Eulàlia Vega)	208
<i>In Spagna come in Irlanda? Politica e società nello Stato Libero di fronte alla Guerra di Spagna: un approccio globale</i> (Marco Puppini)	215
<i>Los convulsos años 68</i> (Javier Muñoz Soro)	219

Schede

Luis P. Martín, <i>La Masonería en la sociedad contemporánea. Estudios culturales y políticos</i> (M. Novarino); Nayra Llonch Molina, <i>La indumentaria y sus museos: escaparates de la cultura, pasarelas de la historia</i> (M. Di Giacomo); Emilio La Parra López, <i>Fernando VII. Un rey deseado y detestado</i> (N. Del Corno); Isabel Burdiel, <i>Emilia Pardo Bazán</i> (F. Martínez Hoyos); Ángel García-Sanz Marcotegui, <i>La Confederación Liberal de la Montaña de Navarra (1836-1837)</i> (N. Del Corno); Armando Francesconi, <i>La pasión y el alma. Sobre el origen del lenguaje fascista español e italiano</i> (N. Riccardi); Marco Puppini, <i>Garibaldini in Spagna-Storia della XII Brigata Internazionale nella Guerra di Spagna</i> (P. Rossi); Leonhard Schäfer, <i>A las barricadas. Testimonianze anarchiche e antifasciste internazionali</i> (C. Venza); Augusto Cantaluppi, <i>La "ringhera" in Spagna – Antifascisti milanesi nella Guerra civile spagnola (1936-1939)</i> (P. Rossi); Lucas Marco, <i>Simplemente es profesionalidad. Historias de la Brigada Político Social de València</i> (L. Casali); Patrizia Zanasi, <i>Amedeo Nerozzi, il primo sindaco antifascista di Marzabotto</i> (M. Puppini); Carlos Fernández Rodríguez, <i>Los otros camaradas. El PCE en los orígenes del franquismo (1939-1945)</i> (L. Casali); Juan A. Ríos Carratalá, <i>De mentiras y franquistas. Historias de la dictadura</i> (L. Casali); Eduardo Mateo Santamaría, Antonio Rivera, <i>Fernando Buesa, una biografía política. No vale la pena matar ni morir</i> (A. Micciché)	223
---	-----

Libri ricevuti	245
-----------------------	-----

Hanno collaborato	249
--------------------------	-----

Notizia redazionale

“Spagna contemporanea” adotta ufficialmente il sistema di valutazione scientifica degli articoli che le vengono sottoposti, conosciuto internazionalmente come peer-reviewing. Ciò significa che tutti i testi che ci vengono proposti per un’eventuale pubblicazione nella sezione Saggi e ricerche verranno inviati in lettura “cieca” – ossia senza indicarne l’Autrice/Autore – a due specialisti della materia (referees), uno esterno alla cerchia dei collaboratori e uno interno.

Entro sessanta giorni, l’Autrice/Autore verrà informato dal Coordinatore della Redazione sul parere emesso dagli esperti, e sulle eventuali modifiche al testo da questi richieste. In caso di parere negativo, l’Autrice/Autore sarà informato della motivazione che ha portato al rifiuto, senza venire a conoscenza dei nomi dei referees. I nomi degli esperti (referees) saranno pubblicati, a scadenza biennale, sulla rivista.

I testi vanno redatti secondo le norme editoriali pubblicate sul sito www.spagnacontemporanea.it.

“Spagna contemporanea” è segnalata sistematicamente nei sotto elencati registri di catalogazione: Bibliografia storica nazionale, Catalogo italiano dei periodici/Ancp, Dialnet, Essper, Google Scholar, Historical Abstracts, Latindex.

Noticia de la redacción

“Spagna contemporanea” adopta oficialmente el sistema de valoración científica de los artículos recibidos para su publicación, conocido internacionalmente como peer-reviewing. Por lo tanto, todos los textos propuestos para la sección Saggi e ricerche serán enviados para una “lectura ciega” – es decir, sin indicar el Autor/Autora – a dos especialistas de la materia (referees), uno externo al grupo de colaboradores de la revista y otro interno.

En un plazo de sesenta días, el Autor/Autora será informado por el Coordinador de la Redacción sobre el juicio de los evaluadores y sus eventuales propuestas de modificación del texto. En caso de juicio negativo, el Autor/Autora será informado sobre los motivos que han llevado al rechazo, manteniéndose anónima la identidad de los referees. Los nombres de los especialistas (referees) se publicarán en la revista cada dos años.

La redacción de los textos tiene que ajustarse a las normas de editing que se encuentran en www.spagnacontemporanea.it.

“Spagna contemporanea” es recogida sistemáticamente en los siguientes repertorios y bases de datos bibliográficas: Bibliografía histórica nacional, Catalogo italiano dei periodici/Ancp, Dialnet, Essper, Google Scholar, Historical Abstracts, Latindex.

Editorial notice

“Spagna contemporanea” implements the scientific evaluation system of the received articles internationally known as peer-reviewing. This means that all the texts we receive for publication in the Saggi e ricerche section will be sent for blind review – i.e. without indicating their Author – to two experts (referees), one belonging to our Editorial board, the other being an outsider.

When the sixty-days term expires, the Author will be informed by the Editorial Board Coordinator of the experts’ evaluation and, if so required, of any proposed changes. In case of negative evaluation, the Author will be informed of the reason for the rejection, but not of the names of the referees. The names of the referees will be published in the Journal every two years.

Papers should be prepared in accordance with editorial guidelines posted on the website www.spagnacontemporanea.it.

“Spagna contemporanea” is covered by the following abstracting/indexing services: Bibliografia storica nazionale, Catalogo italiano dei periodici/Ancp, Dialnet, Essper, Google Scholar, Historical Abstracts, Latindex.

Classe A

L'Agenzia Nazionale di Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca (ANVUR) ha classificato Spagna contemporanea in **Classe A** per il **Settore I1** (Lingue, Letterature e culture spagnola e ispano-americana) dell'**Area 10** (Scienze dell'antichità, filologico-letterarie e storico-artistiche); per il **Settore A3** (Storia contemporanea) dell'**Area 11** (Scienze storiche, filosofiche, pedagogiche e psicologiche).

La Agencia Nacional de Acreditación de la Universidad y la Investigación (ANVUR) del Ministerio de la Educación de Italia ha incluido Spagna contemporanea en la categoría **Classe A** (la más alta categoría), para el sector **I1** (Lenguas y literaturas española e hispanoamericanas, área de las ciencias filológicas, literarias y de historia de las artes) y para el sector **A3** (Historia contemporánea, área de Historia, filosofía, psicología y pedagogía).

The National Agency for University and Research Ranking (ANVUR), Education State Secretary of the Italian Government, has chosen Spagna contemporanea as a top class category journal (**Classe A**) in two areas: **I1** – Spanish and Latin American Language and Literatures (Philology, Literature and Arts History) and **A3** – Modern History (History, Philosophy, Psychology and Education).

STORIA, SPORT E MUSEI: UNA POSSIBILE STORIA D'AMORE?

Michelangela Di Giacomo

M9 – Museo del '900, Venezia

<https://orcid.org/0000-0001-7649-7111>

Con 1,9 milioni di visitatori e introiti per 57,67 milioni di euro nel 2019, la “Camp Nou Experience”, il museo del Football Club Barcelona, ha spariagliato ogni concorrente nel panorama museale catalano. Neanche Picasso con il museo a esso dedicato è stato in grado di competere col fascino calcistico, raccogliendo l’interesse di poco meno di un milione di persone. Analoga la situazione nella capitale spagnola: il tour guidato attraverso la storia del Real Madrid nello stadio Santiago Bernabeu ha attratto 1,3 milioni di visitatori. I due stadi si collocano così al quarto e al sesto posto dei musei più visitati di tutta Spagna, distanziati, ai primi posti della classifica, solo dal Centro Reina Sofia e dal Museo del Prado¹.

Questi numeri, apparentemente sterili, sono però la cartina al tornasole di fenomeni più ampi: ci parlano di un sistema di consumo di beni culturali che cambia; di una pratica sportiva che cambia; di musei che trasformano la propria funzione, missione e forma. E così anche l’intreccio tra sport, storia e musei diventa un piccolo indicatore di una società globale in trasformazione, cui anche la Spagna partecipa.

1. Tutti i link citati a seguire, ultima apertura 10/05/2020. Generalitat de Catalunya, Departament de cultura, Direcció General del Patrimoni Cultural, Servei de Museus i Protecció de Béns Mobles, *01.2017 Visitants per ordre de nom del museu*, disponibile al link: https://cultura.gencat.cat/web/.content/dgpc/museus/08.dades/01_estadistiques_de_museus/2017/01.2017.Visitants-per-ordre-de-nom-del-museu.pdf; Ajuntament de Barcelona, *Anuari estadístic de la ciutat de Barcelona*, 2019, disponibile al link: <https://www.bcn.cat/estadistica/catala/dades/anuari/index.htm>; M. Menchén, *La ‘otra vida’ del Camp Nou: el museo del Barça ya genera 58 millones e iguala al ‘ticketing’*, in “Palco 23”, 11/01/2019.

1. *Un terreno fertile*

Negli ultimi venti anni, la diffusione dell'accesso a internet attraverso *devices* economici ha trasformato milioni di persone in spettatori dei grandi eventi sportivi²; l'espansione del tempo libero, la standardizzazione dell'estetica e la crescente consapevolezza riguardo agli stili di vita "salutari" hanno incentivato la pratica di discipline sportive³; la crescita dei redditi e la riduzione dei costi dei viaggi ha avuto una ricaduta quantitativa sui flussi turistici. L'incrocio di queste variabili si è tradotto nell'aumento non solo degli eventi sportivi, ma anche dei "turisti sportivi": persone che, mosse dal desiderio di partecipare o di assistere a un evento, utilizzano l'occasione per organizzare viaggi familiari, creando non solo un indotto economico importante, ma anche il sostrato su cui costruire i *business plan* di mostre e musei a tema⁴. Si

2. Basti pensare che 1,12 miliardi di persone hanno visto in televisione o su piattaforme di streaming la finale dei mondiali di calcio del 2018 e che l'intero torneo è stato seguito da 3,5 miliardi di persone: letteralmente, mezzo mondo. Dati rilasciati dalla FIFA e disponibili al link: <https://resources.fifa.com/image/upload/2018-fifa-world-cup-russia-global-broadcast-and-audience-executive-summary.pdf?cloudid=njqsntvrvdq8h01dag5>. Il numero delle persone con un accesso a Internet è stimato attorno al 4,5 miliardi di persone, il 59% della popolazione globale (cfr. We Are Social – Hootsuite, *Digital 2020 Report*, disponibile al link: <https://wearesocial.com/digital-2020>).

3. Le statistiche sulla pratica sportiva aggregano dati che riguardano qualsiasi attività con finalità di sport o di fitness o anche di attività motoria, come per esempio gli spostamenti per raggiungere il luogo di lavoro. In questo senso, si osserva che al migliorare il livello di sviluppo di un Paese, diminuisce la quantità di tempo dedicata all'attività fisica e la popolazione diventa più sedentaria. Tuttavia, di pari passo, aumenta il gap tra chi pratica un'attività fisica intesa come pratica sportiva con maggiore intensità e chi non ne pratica affatto. In Europa, dal 2009 circa il 45% degli uomini e il 40% delle donne over 15 hanno praticato almeno una volta a settimana un'attività fisica aerobica. Su scala mondiale, 1 adulto su 4 non pratica mai nessuna attività fisica. Cfr. Eurostat, *Sport Statistics, 2018 Edition*, disponibile al link <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/4031688/8716412/KS-07-17-123-EN-N.pdf/908e0e7f-a416-48a9-8fb7-d874f4950f57>; M. van Bottenburg, B. Rijnen, J. van Sterkenburg, *Sport participation in the European Union Trends and Differences*, Utrecht, W.J.H. Mulier Instituut, 2005; Eurobarometro, *Sport and Physical Activities*, in "Eurobarometer" 2018, n. Special 472; World Health Organization, *Global Action Plan On Physical Activity 2018-2030: More Active People for a Healthier World*, Geneva, World Health Organization, 2018.

4. Il turismo sportivo rappresenta il 10% dell'industria turistica mondiale, per un fatturato generato di circa 800 miliardi di dollari. Cfr. Dres Consulting per Eurosport, *The Role of Sport in Boosting the Travel and Tourist Industry*, 2014, in https://www.itb-kongress.de/media/itbk/Archive_2014/ITB_Destination_Days_3/The_Role_Of_Sport_In_Boosting_The_Travel_And_Tourism_Industry.pdf; Ciset-Ca' Foscari, Banca d'Italia, *L'Italia e il turismo internazionale. Risultati e tendenze per incoming e outgoing nel 2018 dai dati Banca d'Italia*, Treviso, 9/05/2019; World Sport Tourism Show 2018, dati in <https://www.wst-show.com/it/>; P. López, 2019: *España se sube a la ola del turismo deportivo para*

stima infatti che circa il 24% della spesa del “turista sportivo” medio si indirizzi ad attività culturali e ricreative. La Spagna fa la parte del leone in questo contesto. Per quanto riguarda lo sport, negli anni 2000 ha visto crescere la propria partecipazione a tornei internazionali di quasi qualsiasi disciplina, con l’affermarsi di atleti e squadre che hanno catturato l’immaginario collettivo⁵. Ciò, ha prodotto una crescita di partecipazione e pubblico delle attività sportive fino a cifre che si assestano sulle medie europee e molto al di sopra di quelle dei vicini mediterranei come Italia e Portogallo. Nel 2009 solo il 37% della popolazione praticava uno sport su base settimanale, nel 2015 il 46,2% e addirittura il 53,5% nel 2018. L’81,7% della popolazione spagnola assiste anche di persona o attraverso mezzi audiovisivi a qualche tipologia di evento sportivo almeno una volta all’anno. Di questi, il 37,1% dal vivo e il 79,5% da remoto. Questo dato va incrociato con l’accesso a Internet e la disponibilità di *devices* economici: oggi 42,2 milioni di Spagnoli (il 91% della popolazione) ha un accesso a internet, con una crescita del 4,3% annua, e vi rimangono connessi circa 6 ore. Il 94% di questi accessi è dedicato a guardare video online e la rete social più utilizzata è YouTube (l’89%). Il 72% è anche iscritto a canali di streaming televisivo⁶. Nel 2018 i viaggi vincolati ad attività sportiva realizzati da spagnoli erano circa 4,1 milioni, ossia il 4,1% del totale dei viaggi per svago: di questi 3,4 milioni dentro al territorio nazionale. Gli spostamenti turistici per praticare uno sport hanno generato 2,1 miliardi di euro nel 2019, l’1,7% dell’intero settore turistico spagnolo. I viaggi dei tifosi che hanno seguito le proprie squadre del cuore in giro per il Paese, o che viaggiano per assistere a grandi eventi internazionali, hanno prodotto circa un milione di euro, con una media di 313 euro di budget per ciascun viaggio. Ma ancor più evidente è il peso economico del turismo sportivo se si guarda ai turisti internazionali che hanno scelto la Spagna come meta: il 3,6% del totale degli ingressi turistici, 3,3 milioni di euro spesi, con una media per viaggio di 1.300 euro circa.

darse a conocer, in “Palco 23”, 26 dicembre 2019. Cfr. B.W. Ritchie, D. Adair, *Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues*, Bristol, Channel View Publications, 2004.

5. Basti pensare che il numero di atleti iscritti alle federazioni sportive spagnole è cresciuto su base annua del 2,8% e che i cosiddetti “Deportistas de Alto Nivel” seguono ritmi di crescita del 6,5% (nel 2018 se ne contavano 4.962). Questi dati e i seguenti in Gobierno de España, Ministerio de Cultura y Deporte, *Anuario de estadísticas deportivas 2019*, disponibile in <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:dc406096-a312-4b9d-bd73-2830d0affb2d/anuario-de-estadisticas-deportivas-2019.pdf>.

6. Dati in We Are Social-Hootsuite, *Digital 2020 – España*, <https://wearesocialcom/es/digital-2020-espana>.

2. *Il quadro teorico*

Esiste dunque un pubblico nascente per “prodotti espositivi” dedicati allo sport e molti iniziano a cavalcare l’onda. Negli ultimi venti anni, la necessità dei musei di differenziare i canali di finanziamento, cercando partner economici di settori differenti, realizzando mostre “blockbuster” e itineranti e sviluppando nuovi pubblici li spinge sempre più a considerare interessanti argomenti che permettano questo tipo di operazione⁷. Si è posta così anche una questione teorica, dato che la missione dei musei, nonostante la loro progressiva trasformazione in industrie culturali, rimane quella di essere istituzioni “al servizio della società, e del suo sviluppo”, che devono contribuire con le proprie attività al progresso sociale e culturale e non solo limitarsi ad adattarsi alle richieste del mercato per far quadrare i conti. La questione non è nuova, e, presa nel piano più generale, rispecchia l’esigenza di togliere la patina di sacralità che le istituzioni museali hanno avuto a lungo, in quanto custodi di sapere, per renderle più democratiche e accessibili, anche mostrando maggiore attenzione a gusti e interessi del pubblico, al suo desiderio di vedere rappresentata anche la propria cultura e temi di una certa rilevanza per le proprie vite individuali. Già dagli anni ’60, con l’affacciarsi della “nuova museologia”, i musei stavano recependo le grandi teorie storiografiche che, da “*Les Annales*” in poi, senza addentrarci troppo, avevano trasformato l’oggetto stesso dello studio della storia. I musei, dunque, stanno vivendo da quarant’anni una mutazione che li ha allontanati sempre più dall’essere istituzioni che trasmettono “dall’alto” contenuti culturali d’élite per diventare invece luoghi di riflessione sull’intero corpo sociale, in cui dunque trovano posto tutti gli argomenti che hanno contribuito a creare le identità e le comunità. Lo sport, in quanto parte del patrimonio culturale “popolare”, può essere a pieno titolo uno di quegli ar-

7. V. McCall, C. Gray, *Museums and the ‘New Museology’: Theory, Practice and Organisational Change*, in “*Journal of Museum Management and Curatorship*”, 2014, n. 29, pp. 9-35. Da un’indagine del 2012, emergeva già che il desiderio di attrarre nuovi pubblici era la principale motivazione dei musei non-sportivi per inserire nelle proprie sale argomenti di storia dello sport, cui seguiva la volontà di cavalcare l’onda di grandi eventi – come Olimpiadi o campionati internazionali –, l’interesse personale dei curatori e dello staff del museo per il tema; la ricerca di nuove partnership e la volontà di valorizzare pezzi della collezione non sufficientemente valorizzati o per: cfr. J. Reilly, *Sport, Museums and Cultural Policy*, Tesi dottorale, University of Central Lancashire, a.a. 2013-2014. L. Simpson, *Nottinghamshire Sporting Heritage Programme Evaluation Report*, Nottingham, Nottinghamshire County Council, 2014; S. Gammon, G. Ramshaw, *Heritage, Sport and Tourism: Sporting Pasts – Tourist Futures*, Londra, Routledge, 2007.

gomenti – come la musica, la tradizione gastronomica, la moda, il cinema etc. – che avvicina il pubblico ai musei. Tuttavia, mentre ovunque si stanno diffondendo musei di arte che dedicano esposizioni temporanee al tema arte e sport (o sport nell'arte)⁸; musei di storia di un club; Hall of Fame di trofei di una disciplina; musei didattici dedicati alla storia degli strumenti e dell'evoluzione delle regole; installazioni o aree dedicate allo sport nei musei di scienze, per spiegare meccanica e biologia⁹, ben più rari sono i musei o le mostre che concentrano la propria attenzione sulla storia sociale dello sport¹⁰. Infatti, nonostante la letteratura dedicata alla storia (e storia sociale) dello sport veda un periodo di espansione ormai trentennale¹¹, gli storici considerano ancora i musei dello sport come vane collezioni di cimeli dedicate ai tifosi e i professionisti museali non sono pienamente coscienti del valore dello sport come oggetto di studio, come prisma per l'analisi della società¹². Questa scarsa compenetrazione dei due settori si riverbera nell'assenza di studi accademici sulle forme con cui la storia dello sport è inserita nei percorsi espositivi dei musei di altra natura o su come la storia generale sia affrontata nei musei specifici di sport¹³. Una riflessione che nel mondo anglosassone è cominciata già nel 1995, quando il Social History Curators Group (SHCG) si riunì per un se-

8. J.M. Montín, *Representaciones del deporte en museos y otros espacios artísticos*, in "ASRI, Arte y sociedad. Revista de Investigación", 2012, n. 1; J. Durry, *¿Deportes en un museo?*, in "Museum", 1991, n. 170, pp. 63-65.

9. Una rassegna delle principali tipologie di mostre/installazioni dedicate ai corpi nei musei di scienze nel mondo anglosassone in: G.Z. Kohe, *Piquing Public Curiosities and Critical Intrigue in Athletic Performance: Sport in Science Museums*, University of Kent, Unpublished Papers, disponibile in https://www.researchgate.net/publication/325719375_Piquing_public_curiosities_and_critical_intrigue_in_athletic_performance_Sport_in_Science_Museums.

10. Murray Phillips ha sviluppato una classificazione delle tipologie dei musei dello sport come accademici (formali e spesso finanziati da enti pubblici); aziendali (gestiti da club sportivi o istituzioni ufficiali, spesso nella forma di Halls of Fame); di comunità (spesso gestiti da volontari); informali (collezioni di artefatti sportivi inseriti in ambienti informali o incoerenti). M.G. Phillips, *Introduction: Historians in Sport Museums*, in M.G. Phillips (ed.), "Representing the Sporting Past", London New York, Routledge, 2012, pp. 1-21.

11. Per uno stato dell'arte; A. McFarland, *Spanish Sport and the Challenges of Its Recent Historiography*, in "Journal of Sport History", 2011, n. 2, pp. 211-221.

12. W. Vamplew, *Taking a Gamble or a Racing Certainty: Sports, Museums and Public Sports History*, in "Journal of Sport History", 2004, n. 2, pp. 177-192. Cfr. K. Moore, *Sport History, Public History, and Popular Culture: A Growing Engagement*, in "Journal of Sport History", 2013, n. 1, pp. 39-55.

13. Uno stato della questione in J. Reilly, *The Development of Sport in Museums*, in "The International Journal of the History of Sport", 2015, n. 32, pp. 1778-1783.

minario dal titolo “A Sporting Life” che esplorava quello che fu definito il «relativamente recente ma sempre più popolare tema dello sport nei musei»¹⁴. Nel 1997 Kevin Moore, storico, museologo e direttore da quell'anno del nascente National Football Museum di Preston pubblicò poi “Museums and Popular Cultures”¹⁵, un esplicito pronunciamento per la valorizzazione dello sport come tema museale e un richiamo agli storici dello sport a considerare i musei come luoghi in cui agire. Senza dimenticare che essi devono proporre un tipo particolare di storia che non è storia accademica e che non va giudicata con gli stessi parametri: rivolgendosi a un pubblico completamente diverso, senza limiti di età e con livelli di istruzione dei più vari, i musei di storia devono creare contesti multisensoriali in cui combinare cultura materiale, patrimonio sonoro, audiovisivo e fotografico, testimonianze orali, esperienze interattive e partecipazione attiva. Creano cioè un'interazione con il passato che è, in qualche misura, molto più complessa della semplice forma scritta¹⁶.

3. 10 esempi di musealizzazione dello sport in Spagna

La più popolare tipologia di museo di sport diffusa in Spagna è quella dei *corporate museum*, musei legati a uno specifico club, come è nel caso del F.C. Barcelona o del Real Madrid, ma anche dell'Atlético de Madrid, del Real Zaragoza, dell'Athletic Bilbao, del Sevilla o della Real Sociedad. Nel caso catalano, il museo ha aperto originariamente nel 1984 e, sebbene sia nata come una tradizionale esibizione dei successi della squadra e dei suoi grandi campioni – che pure occupano ancora l'intero primo piano – è andata trasformandosi in una dimostrazione del legame tra il club e il contesto sociale e culturale catalano dei tempi recenti, rinnovato attraverso vari progetti educativi per la promozione di una società multiculturale e solidale¹⁷. Il museo fonda dagli anni 2000 la sua attività su quella di un omonimo centro di documentazione, in stretta relazione con il dipartimento di Storia contemporanea dell'Università di Barcellona

14. Cit. in M. Polley, *Moving the Goalpost: A History of Sport and Society in Britain since 1945*, London New York, Routledge, 1998, p. 169.

15. K. Moore, *Museums and Popular Culture*, London-NewYork, Leicester University Press/Cassell, 1997.

16. M.G. Phillips, R. Tinning, ‘Not Just a Book on the Wall’: *Pedagogical Work, Museums and Representing the Sporting Past*, in “Sport Education and Society”, 2011, n. 16, p. 63.

17. S.A.G.M. Crawford, *Football Club Barcelona Museum*, in “Journal of Sport History”, 2013, n. 3, pp. 480-482.

nella persona di Carles Santacana, già autore di uno studio sul ruolo del club calcistico negli ultimi anni del franchismo¹⁸. Da questa collaborazione nasce il rifacimento della mostra permanente del 2010, in cui ogni oggetto esposto è stato contestualizzato nella storia non solo del club ma della società catalana e introducendo qualche riferimento alla intrinseca "catalanità", aspetto completamente invisibile nella versione precedente.

Storia diversa, dalla triste traiettoria, è quella del Museo del Alavés Football Club¹⁹, squadra fondata nel 1921, ancora sulla scia dell'influenza britannica sul processo di industrializzazione vizcina. Dopo un secolo di alterni successi, il Club raggiunse la gloria qualificandosi nella Coppa Uefa nel 2000, riaccendendo l'orgoglio dei suoi sostenitori e dando adito all'idea di dedicare una parte delle strutture del suo stadio a un museo. Anche qui, due storici, Antonio Rivera e Santiago de Pablo, furono incaricati di realizzare il progetto storico-scientifico del museo, in vista dell'inaugurazione prevista per il 2005. Il progetto culturale si sarebbe focalizzato non tanto sulla storia sportiva del club, quanto sulla sua relazione con la società e la provincia basca. L'acquisto del club da parte ucraino-americano Dmitri Piterman interruppe però la realizzazione del museo: l'affarista, infatti, decise di dedicare gli spazi destinati a museo all'esposizione della sua collezione di riproduzioni e litografie di Dalì, convinto che questo avrebbe prodotto maggiori incassi attraendo un pubblico non solo locale. Le sale più interne rimasero invece adibite a una rabberciata esposizione di trofei e cimeli. Il bizzarro centro espositivo non ebbe il successo sperato, e, quando questo lasciò la città portando con sé la sua collezione, non rimase che chiudere quel che rimaneva del claudicante museo. Nel 2010 un nuovo management ha pensato di rilanciarlo, ma le difficoltà economiche del club hanno impedito l'avvio di un nuovo progetto, lasciando la vecchia esposizione a disposizione di gruppi scolastici, della terza età e di eventi privati.

Ibridi tra centri espositivi e luoghi del patrimonio, gli stadi permettono ai visitatori di vivere delle vere e proprie "esperienze" quasi toccando con mano i propri beniamini e immergendosi nella loro giornata-tipo. Spesso simbolici nel tessuto urbano, sono anche dei veri

18. V.C. Santacana Torres, *El Barça i el Franquisme*, Barcelona, Mina, 2005. Sulla sua collaborazione con il F.C. Barcellona, v. E. de Freitas Couto, *Entrevista con Carles Santacana*, in "Record. Revista de História do Esporte", 2018, n. 2, pp. 1-8.

19. S. De Pablo, J.K. Walton, *Culture, Commerce, Capitalism and Commemoration: Dmitri Piterman and the Alavés Football Museum*, in J. Hill, K. Moore, J. Wood (eds.), *Sport, History and Heritage: Studies in Public Representation*, Woodbridge, The Boydell Press, 2012, pp. 125-146.

luoghi di pellegrinaggio, per cui le persone sviluppano un attaccamento quasi religioso. *Icons of the sportscape*, come li ha definiti John Bale, agglomerano elementi di sacralizzazione e di commemorazione rituale, che danno sostanza alla memoria collettiva, creando identità²⁰. Questi luoghi di pellegrinaggio, di proprietà dei club, godono del grande privilegio di avere collezioni ampie di trofei e memorabilia con cui costruire i percorsi museali: coppe, maglie, cimeli ma anche materiale audiovisivo e fotografico di proprietà della squadra sono a disposizione della museologia. Inoltre, grandi risorse economiche permettono di investire su tecnologie digitali e scenografiche, per costruire esperienze emozionanti e immersive. Da un punto di vista narrativo, i musei delle singole squadre vanno incontro al desiderio nostalgico delle tifoserie, a rischio di costruire grandi narrazioni teleologiche, in cui il destino glorioso della squadra sembra essere scritto in ogni sua pagina²¹. Ciò nonostante, la nostalgia può essere considerata anche una tecnica, una scelta museografica: può infatti essere usata per aprire la porta alla comprensione del significato che lo sport ha nella vita delle persone, nei loro sentimenti, nel loro senso di appartenenza a una collettività e può essere utile per introdurre la conoscenza del passato a partire da esperienze e pratiche della vita quotidiana²².

È così che agiscono spesso i musei dedicati di istituzioni pubbliche. Come è il caso del Museu i Centre d'Estudis de l'Esport Dr. Melcior Colet, direttamente dipendente dalla Secretaria General del Esport de la Generalitat de Catalunya e ubicato in una splendida palazzina modernista del 1911 nel centro di Barcellona, ora chiuso per restauri. Circa 600 metri quadri, inaugurati come sede espositiva nel 1986 per raccogliere la donazione del Dottor Colet dedicata allo sport nell'arte e alla storia dello sport²³. Un ricco programma di mostre temporanee, dalla museografia molto classica e con un occhio di riguardo alla rappresentazione dello sport nell'arte visiva, ha permesso però negli anni di occuparsi anche di aspetti di sociologia: per esempio, nel 1991, la mostra "Bar-Sport" ha dedicato un omaggio a una delle grandi istituzioni della sociabilità novecentesca.

20. J. Bale, *Sport, Space and the City*, London New York, Routledge 1993, p. 64; G. Crawford, *Consuming Sport. Fans, Sport and Culture*, London New York, Routledge, 2004.

21. W. Vamplew, *Facts and Artefacts: Sports, Historians and Sports Museums*, in "Journal of Sport History", 1998, n. 25, pp. 268-279; e Id., *Taking a Gamble*, op. cit.

22. E.E. Snyder, *Sociology of Nostalgia: Sports Hall of Fame and Museums in America*, in "Sociology of Sport Journal", 1991, n. 3, pp. 228-238.

23. J. Comaposada i Pla, P. Tobaruela i Martinez, *El Museu i Centre d'Estudis de l'Esport Doctor Melcior Colet*, in "Apunts: medicina del esport" 1998, n. 34, pp. 45-46.

Dal sapore retrò e con una museografia tutt'altro che spettacolare, ma interessante per il punto di vista scelto, è anche Museo del deporte della facoltà INEF presso Universidad Politécnica di Madrid, costruito intorno a collezioni private acquisite dallo Stato a partire dagli anni '70²⁴. Qui, il punto d'attenzione focale è l'origine dello sport moderno, tornando indietro al XIX secolo con la ricostruzione della Palestra attrezzata nel 1890 a Segovia per la preparazione fisica degli aspiranti cadetti d'artiglieria, e ampliando lo sguardo a tutti i giochi popolari e infantili da cui le diverse discipline sono poi state codificate. L'idea museografica principale è quella di mostrare l'evoluzione in parallelo della pratica sportiva nobiliare e alto borghese con quella delle classi popolari, spiegando così in controtuce il complesso cammino dello sport da pratica d'élite a consumo di massa.

La rete dei Musei Olimpici, capofila Losanna, ha una sua "succursale" spagnola a Barcellona: il Museu Olímpic y del deporte "Juan Antonio Samaranch". A differenza delle Hall of Fame, questi musei intendono promuovere la conoscenza degli sport olimpici sotto varie sfaccettature ed enfatizzando i valori morali associati alla loro pratica. Sorto vicino all'Estadio Olímpico dei giochi del 1992, ha al suo centro una mostra permanente che utilizza il principio dei *mixed media* per ricreare le entusiasmanti atmosfere degli spettacoli sportivi e il dinamismo stesso dei campi da gioco, mescolando nei suoi exhibits audiovisivi, testi, e memorabilia. Le mostre temporanee ampliano l'orizzonte oltre il limite dello sport spagnolo, in declinazioni legate alla diffusione nella società dell'attività fisica o all'impatto dei Giochi sulla città catalana – in cui si è cercata di mantenere viva la memoria olimpica. Il museo dello sport, così, diventa occasione per riflettere sulla città e sull'identità che essa ha assunto, oltre che sulle sue forme e sull'uso sociale che dei suoi luoghi si fa²⁵. Nonostante ciò, il museo gode di alterne fortune: nel 2019 ha richiamato solo 80mila visitatori e sembra un po' scomparso dalla mappa turistica.

La Federación Española de Fútbol ha creato nel 2011 il Museo de la Selección nella Ciudad del Fútbol de Las Rozas (Madrid), che ripercorre attraverso documenti, foto, audiovisivi, memorabilia e trofei la storia della squadra nazionale. Disponendo di moltissimo materiale archivistico, il museo permette di ripercorrere anche aspetti insoliti che raccontano, in controtuce, l'evoluzione politica e sociale della Spagna dal 1920, anno

24. <http://www.upmes/UPM/MuseosUPM/MuseoINEF>.

25. R. Cashman, *Olympic Legacy in an Olympic City: Monuments, Museums and Memory*, in "Fourth International Symposium for Olympic Research", University of Western Ontario, 1998.

di fondazione della Nazionale, a oggi: dai cambi di regime alla parità di genere, i grandi fenomeni del '900 traspiono da manoscritti, passaporti e lettere personali.

Così pure la Federación de Baloncesto ha dato vita a un suo luogo museale a Alcobendas, "Espacio 2014". Uno spazio espositivo interattivo di 900 metri quadri, con una mostra permanente, un'area per le temporanee e una ludico-sperimentale. Inaugurato nel 2012, conta su una museografia nuova, con strategie di enfasi come l'ingresso – in cui si riproduce l'accesso a un campo, con cori, grida e applausi che riecheggiano nel corridoio del palazzetto. La mostra permanente è un percorso a tutto tondo nella storia della disciplina non solo in Spagna, passando dai Giochi Olimpici fino ai trionfi recenti della nazionale maschile. Le mostre temporanee danno spazio alle questioni di genere e ad altri aspetti legati all'immaginario collettivo, concludendo il percorso con la parte esperienziale – che permette di provare macchine e attrezzature antiche per l'allenamento nella pallacanestro e anche installazioni interattive che simulano il gioco.

Aprire musei dedicati allo sport o inserire parti di mostre sul tema risulta spesso assai difficile spesso per pure ragioni archivistiche: il costo dei manufatti, la creazione di collezioni, i diritti di riproduzione di materiale iconografico o filmato legati agli eventi sportivi sono assai elevati, spesso superiori alla capacità di spesa dei musei. Molti materiali sono di privati, appassionati di uno sport che hanno costruito ampie collezioni attraverso aste e altri canali di acquisto, dei club e delle Federazioni e i diritti dei materiali audiovisivi sono detenuti da organismi internazionali, come la Fifa o il CIO. Per questo motivo, spesso, dietro alla realizzazione di una mostra o di una Hall of Fame vi è un gran lavoro di negoziazione con i possessori dei materiali e la difficoltà di creare collezioni coerenti con una narrazione di ampio respiro. Così, occorre attendere iniziative di mecenati privati che garantiscono opera di lobby e ricerca di capitali per promuovere la musealizzazione della storia dello sport. È il caso di "Leyendas", un progetto di mostre itineranti che intende fare pressioni sulle istituzioni spagnole per la creazione di un grande Museo del Deporte statale. Avviato nel 2016 in occasione della candidatura di Madrid come città olimpica, raccoglie circa 800 oggetti, in gran parte ceduti da atleti, e si basa interamente sul capitale di donatori privati. La mostra, che nella sua versione estesa occupa circa 2mila m² e comprende molte installazioni immersive, multimediali e audiovisive, ha toccato negli anni oltre 20 città e ha dato vita a due spin-off di dimensioni più piccole. Oltre che per un target di tifosi e di praticanti, è stata progettata con una forte volontà didattica, come uno strumento per la promozione dell'educazione fisica, dei valori e dell'etica dello sport

in sintonia con i programmi scolastici ufficiali. Ambiziosamente, intende coprire quasi tutti gli sport in cui si sono distinti gli atleti spagnoli, raccogliendo dalle auto di Formula 1 di Fernando Alonso alle attrezzature della nazionale di ginnastica ritmica, focalizzandosi però molto in un periodo temporale recente e incardinando la propria narrazione sugli idoli del tempo presente²⁶. Come molte altre Hall of Fame, queste mostre puntano molto sulla spettacolarizzazione e sulla celebrazione dei risultati degli atleti e delle atlete o sulle imprese delle squadre, lasciandole in gran parte decontestualizzate dalla storia²⁷. Promuovono l'esemplarità dei percorsi e delle esperienze dei campioni dello sport, proponendoli come modelli da seguire per i più giovani, stimolando effetti emulativi anche a costo di tralasciare le ombre che emergono dalle cronache sportive e dalle biografie dei campioni stessi.

Da una collezione privata deriva anche il cantabrico "Museo de la bicicleta", nato dalla collezione di Santiago Revuelta, ex-patron della squadra ciclistica Teka. Mette in mostra 300 biciclette storiche, 400 maglie, auto-pilota, moto di gara e oltre 500 fotografie per quasi 1600 metri di esposizione. Un museo voluto da un privato, sposato dall'appoggio di atleti e sostenitori, che cresce e si nutre della passione per la disciplina ciclistica e per i suoi miti. L'effetto "wow" deriva qui dalla quantità di oggetti in mostra e dalla condivisione di una passione senza ricorrere a "trucchi" tecnologici. Cosa che invece fa in maniera quasi ossessiva un altro luogo espositivo promosso da un privato, in questo caso il tennista Rafa Nadal, che ha dato vita nella sua isola natale alla "Rafa Nadal Museum Xperience". Un misto di parco di divertimenti e centro espositivo dedicato in parte alla pratica del tennis e in parte alla straordinaria carriera del campione maiorchino. Una grande mostra di trofei e attrezzature, mega-proiezioni per rivivere i più eccitanti momenti di gioco, installazioni interattive per sperimentare una lezione di tennis con gli allenatori della squadra, mescolando così tecnologie, storia e aspetti tecnico-fisiologici tipici dei musei di divulgazione scientifica. Probabilmente un esperimento narrativo ben riuscito, che, se da un lato potrebbe far storcere il naso al mondo della cultura assomigliando ben più a un parco divertimenti che a un museo, potrebbe d'altro canto contribuire a dissolvere il pregiudizio linguistico legato alla parola "museo".

26. Tutte le informazioni derivano da contatti diretti dell'autrice con la direzione del Museo e dalla brochure di presentazione del progetto *Leyendas. Museo del Deporte*.

27. J. Reilly, *Sport, Museums and Cultural Policy*, op. cit.

4. Conclusioni

A oggi, anche se tutto porta a pensare che l'argomento "sport" possa favorire la rimozione delle barriere che parte del pubblico ha rispetto all'idea di visitare un museo, non vi è ancora prova assoluta che ciò sia vero e la percezione tradizionale del museo – come un luogo noioso e polveroso – continua in parte ad alienare i visitatori²⁸. Nell'attesa di dati attendibili, inserire argomenti legati alla storia dello sport in un'accezione ampia potrebbe rendere i musei più inclusivi e facilitare la conoscenza della società nelle fasce di pubblico con minori risorse culturali pregresse. Il potere simbolico dei memoriabilia sportivi è infatti una chiave di accesso immediata per spiegare un più complesso sistema di creazione di identità collettive e di appartenenze di classe, di genere, geografici etc. Le associazioni basate sulla creazione di senso per vie affettive permettono ai visitatori di conoscere, apprezzare e riflettere sul ruolo dello sport nella storia del proprio Paese, ma anche inserendo la propria traiettoria di vita personale all'interno di categorie più generali²⁹. Guardando al futuro e considerando i musei dello sport come luoghi di contatto tra la ricerca accademica e l'insaziabile desiderio del pubblico di "saperne di più" sui propri beniamini, molti temi possono entrare nei musei per raccontare la società e il mondo che cambiano. Temi etici (fin dove si può estendere il limite della trasformazione dei nostri corpi?); temi tecnologici (fin dove mescolare tecnologia e biologia?); temi legati all'inclusione, alla democrazia, al superamento delle disuguaglianze di genere, di disabilità, di etnicità; temi legati alla salute e alla medicina; alla democratizzazione della società; alle élites e alle classi fino a promuovere attività di coinvolgimento della comunità locale in progetti di memoria condivisa.

28. *Ibidem*.

29. G.Z. Kohe, *Civic Representations of Sport History: the New Zealand Sports Hall of Fame*, in "Sport in Society", 2010, n. 13, pp. 1498-1515.