



El legado simbólico de Barcelona 1992, veinticinco años después

Miquel de Moragas i Spà

Colección Monográficos | 12

CEO UAB

Centre d'Estudis Olímpics
Universitat Autònoma de Barcelona

Esta obra ha sido publicada como parte de la colección *Monográficos* del Centro de Estudios Olímpicos (CEO-UAB) que recoge dosieres temáticos sobre temas de actualidad. Estos dosieres incluyen textos de reflexión complementados con recursos sobre una temática concreta.

Esta obra está sujeta a la licencia Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 2.5 España de Creative Commons. Eres libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, siempre que se reconozca el autor y editor, no sea usada con finalidades comerciales o para generar una obra derivada de la misma.



© Del texto, 2017, Miquel de Moragas i Spà

© De la edició, 2017 Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport (CEO-UAB)

EL LEGADO SIMBÓLICO DE BARCELONA'92, VEINTICINCO AÑOS DESPUÉS ¹

Miquel de Moragas

La gran metáfora: “abrir la ciudad al mar”

En este artículo nos ocuparemos de un aspecto singular del legado de Barcelona'92: su legado simbólico: ideas, iconos, contenidos, estados de opinión, que acabarían construyendo la memoria del acontecimiento. Por razones de método comenzaremos distinguiendo entre legado tangible (urbanismo, instalaciones) y legado intangible (imagen, interpretaciones, memoria), pero en realidad el legado es el resultado de un conjunto de interferencias. Barcelona'92 tiene una metáfora que lo explica: “Abrir la ciudad al mar”.

El urbanismo se hace a partir de ideas. Uno de los aspectos fundamentales de la aproximación al estudio de la ciudad, desde el punto de vista simbólico, es la identificación de los aspectos inmateriales que preceden a los proyectos urbanísticos. Las ideas no solamente inspiran los símbolos de la ciudad (monumentos, señales, etc.) sino que también influyen en el diseño de los planes urbanísticos. Por ejemplo: ¿qué conceptos, qué ideología, había detrás del plan Cerdà?, ¿qué ideas había detrás de la reforma de la Barcelona olímpica?

El proyecto urbanístico de Barcelona'92 tuvo la intencionalidad ideológica de priorizar el modelo social sobre la especulación. ¿Por qué la Vila Olímpica se construyó en el frente marítimo y no a Santa Coloma de Cervelló, Cerdanyola o Montigalà? ¿Por qué se ubicó en una zona abandonada, insalubre, casi inaccesible?” (Borja, 2010:75). La respuesta es ideológica. Se construyó de acuerdo con la filosofía de integración de aquella área a la ciudad, eliminando la barrera ferroviaria para “abrir Barcelona al mar”. La gran metáfora que sería rápidamente asimilada por los medios de comunicación y la promoción turística de Barcelona.

La producción de los símbolos de Barcelona 92

El primer reto que tuvo que afrontar Barcelona para organizar los Juegos fue escoger su modelo de relación con la ciudad. Eso significaba definir un modelo urbanístico, económico y organizativo, pero también significaba escoger un modelo cultural y de comunicación.

Los Juegos Olímpicos son un gran acontecimiento (*mega event*) que se caracteriza por su anunciada periodicidad (*olimpíada*) y, por tanto, por su previsibilidad y posibilidad de planificación. La planificación cultural y de comunicación debía resolver un primer gran desafío: definir la imagen de la identidad colectiva de la sede. Ello implicaba un complejo proceso de creatividad comunicacional, pero también de consenso político entre los diferentes

¹ Este texto recoge y actualiza diversas publicaciones del autor sobre Barcelona'92, especialmente: MORAGAS, Miquel de y Miquel BOTELLA (1995); MORAGAS, Miquel de y Miquel BOTELLA (2002); MORAGAS, Miquel de, Nancy RIVENBURGH y James LARSON (1995) y MORAGAS, Miquel de (2016).

actores implicados, políticos y olímpicos. El contenido final no se construye desde una dirección de comunicación, sino que se va construyendo en la práctica de la comunicación y del consenso cultural.

Por lo que se refiere a la vertiente comunicacional, la primera etapa implicaba la definición de los contenidos semánticos básicos que posteriormente deberían ser expresados a través de diversas plataformas:

- a. El diseño de los símbolos (logotipo y mascota).
- b. La elección del modelo cultural de los rituales olímpicos (inauguración, clausura, recorrido de la antorcha) y el programa cultural en general.
- c. Las estrategias informativas básicas para los medios de comunicación (libros, folletos, guías, vídeos, etc.).

Este proceso debía adaptarse doblemente a las rutinas de producción de la comunicación de la época y a los formatos propios de los rituales olímpicos (ceremonias, relevos de la antorcha, etc.). La identidad de la sede –una realidad compleja- debía resumirse en unas pocas imágenes y referentes, siguiendo un proceso de semantización caracterizado por las siguientes principales condiciones:

- Priorización de los signos de identidad expresables icónicamente y aptos para su expresión fotográfica y audiovisual. Por ejemplo, la cerámica modernista, las visiones aéreas de la ciudad, o representaciones de su "skyline".
- Selección de los valores culturales que ya tenían reconocida una mayor proyección internacional: Gaudí, Picasso, Dalí y Miró, modernismo en general, arte medieval, etc.
- Selección de actores de fama mundial para representar la identidad de la propia cultura: Montserrat Caballé, Josep Carreras o la modelo Judit Mascó.
- Utilización de edificios y monumentos singulares como signos emblemáticos de la ciudad, tanto los de nueva construcción (Palau Sant Jordi, Torre de Collserola, Torre de Montjuïc) como los históricos (Sagrada Família, La Pedrera, Barri Gòtic).
- Selección de imágenes de la cultura popular y del folklore, pero también de la economía, de la tecnología y del carácter cosmopolita de la ciudad.

Para entender los mecanismos de creación "de imagen" también hay que tener en cuenta los ítems ausentes, escondidos por las estrategias promocionales oficiales. Como en cualquier proceso de promoción o de publicidad, quedaron fuera de aquella selección los elementos negativos, también presentes en la ciudad de Barcelona (contaminación, marginación, pobreza, prostitución, basura, carestía, ruido, desequilibrios urbanos, etc.).

También se eliminaron una serie de ítems que solo unos años atrás constituían el campo semántico habitual de las campañas promocionales turísticas de España: toros, flamenco, sol, folklore, etc. Estos ítems no se consideraron adecuados para la nueva imagen de identidad catalana y de modernidad española que se deseaba proyectar internacionalmente.

La creación de imagen no termina con los Juegos Olímpicos. Veinticinco años después a los más jóvenes les puede sorprender la ausencia de aquellos referentes que se han ido popularizando en los años más recientes, como el caso de Ferran Adrià y la cocina de excelencia experimental catalana, o el nuevo fenómeno del deporte globalizado que afecta al FC Barcelona y al Camp Nou. Entre los elementos críticos algunas imágenes claramente negativas, como la Rambla hipersaturada, la Barceloneta descompuesta y la especulación inmobiliaria que genera la gentrificación en los barrios afectados por los cambios de usos en el espacio urbano: Ciutat Vella y Poblenou, principalmente.

Diseño, logotipo y mascota

La política de imagen de los Juegos Olímpicos tuvo su primera prueba en la elección de la mascota y del símbolo de la Olimpiada. Esta decisión debía tener una especial significación en Barcelona, dado el valor que se atribuía al diseño, y al arte de vanguardia en general, como opción de modernidad, diferenciadora de un cierto ensimismamiento cultural peninsular.

Las primeras decisiones de diseño de los símbolos Olímpicos, superadas las resistencias más conservadores, marcarían la orientación del resto de decisiones relativas al modelo cultural de los Juegos. Las opciones vanguardistas impusieron su influencia en las primeras decisiones de imagen corporativa. Puedo dar fe, como miembro que fui del jurado que escogió el símbolo y la mascota de Barcelona'92, de la incredulidad de algunos representantes políticos que formaban parte de aquel jurado, respecto de la idoneidad de las propuestas finalmente aprobadas, muy especialmente, de la mascota Cobi.

El Cobi de Mariscal, constituyó una primera experiencia de tensión y consenso en la producción simbólica de los Juegos de Barcelona, una mascota que no podía ser como el "naranjito" del campeonato del mundo de fútbol España'82, ni como la mascota de Los Ángeles de 1984, estilo Walt Disney. Tampoco parecía adecuada una reproducción figurativa del "gos d'atura" (perro pastor), uno de los canes más populares en Cataluña.

El aspecto rupturista del Cobi despertó sorpresas y críticas, pero finalmente acabó imponiéndose. Su carácter de signo abstracto le permitió adaptarse a las exigencias de un largo proceso de consumo y de manipulación y, con el paso del tiempo, se le fue reconociendo la virtud de ser, al mismo tiempo, un diseño de calidad (comercial) y vanguardista. Este es el encanto del Cobi: haber sabido sobrevivir en un mercado generalmente dominado por el mal gusto y haber optado por un diseño de ruptura con el conformismo de la cultura comercial dominante en el mundo del patrocinio deportivo y olímpico.

Después del Cobi, los organizadores olímpicos (Atlanta'96, Sydney'2000, Atenes'2004, Pequín'2008, Río'2004) han seguido apostando por formas de diseño muy poco innovadoras, que han merecido la cualificación de "galería de atrocidades" por parte de la revista *graffica*². En las mascotas de los Juegos de Londres'2012 y de Tokio'2020 se observa, respectivamente, la influencia de los nuevos estilos surgidos de los juegos virtuales y de los *manga* (cómic). La mascota va dejando de ser un objeto singular, un juguete analógico, para quedar integrada en nuevos lenguajes transmedia.

El símbolo, o logotipo, diseñado por Josep Maria Trías, marcaba igualmente la línea de modernidad de Barcelona'92. El reto del diseño de vanguardia se combinaba con la racionalidad y el orden. De hecho, del mismo logotipo se fue derivando toda la iconografía del sistema de señalización de los Juegos. Per primera vez en la historia del diseño olímpico, aparecía la reproducción simbólica de un cuerpo humano en movimiento (forma antropomórfica). Esta y otras connotaciones, como el estilo mironiano, o el tono mediterráneo de sus colores, facilitaron una rápida aceptación general. El diseño de Trias, siguiendo la tradición iniciada por Otl Aicher en los juegos de Múnich de 1972, debía actuar como referente básico del conjunto de la identidad de Barcelona'92 y era el punto de partida para el desarrollo posterior de todo el conjunto de intervenciones en otros terrenos de la imagen corporativa, como la señalización, la ambientación de las instalaciones, la papelería, los carteles, la publicidad, etc.

Hacia el final de la ceremonia de clausura se pudo ver la imagen del Cobi, en el interior de un barquito de papel, ascendiendo al cielo y despidiéndose. Era una metáfora para evocar con nostalgia el final de los Juegos, pero también una evocación de la vida efímera de los símbolos, la mascota y el logotipo, omnipresentes hasta aquel momento en toda la ciudad, perdían valor de actualidad, pero al mismo tiempo se convertían en iconos históricos del acontecimiento.

Sorprende la rápida desaparición de aquellos símbolos de la escena barcelonesa, en parte como consecuencia del carácter efímero de las instalaciones de señalización olímpica, pero también por su propia naturaleza semiótica, destinados a ser substituidos por símbolos de nuevos acontecimientos, de manera muy diferente a la perpetuidad que pretenden los monumentos y las esculturas y, posiblemente también, por la necesidad de olvido y de cambio de referentes que se produjo en la ciudad inmediatamente después de los Juegos.

Las ceremonias: Barcelona, Cataluña y España en el escenario mundial

Las ceremonias constituyen sin duda el principal escenario del programa cultural de los Juegos Olímpicos modernos. Esto ha quedado documentado en diversos trabajos de investigación sobre las ceremonias en general (Moragas, MacAloon y Llinés, 1994) y sobre las repercusiones específicas de las ceremonias de Barcelona'92 (Moragas, Rivenburgh y Larson, 1995). Estos estudios evidenciaron que el interés por los aspectos más generales y universales de los

² <http://graffica.info/mascotas-olimpicas-una-galeria-de-atrocidades/>

Juegos, eran perfectamente compatibles con el interés por los aspectos más locales o particulares. La atención prestada por la mayoría de televisiones internacionales a los aspectos más locales de los rituales y de las representaciones de las ceremonias, confirmaba la doble condición local y global de los rituales olímpicos modernos.

Las ceremonias ofrecían la oportunidad de renovar y cambiar la imagen internacional de los principales referentes geopolíticos implicados: Barcelona, Cataluña y España. Las televisiones y la prensa internacionales interpretarían estos cambios y los transmitirían a una audiencia sin precedentes, estimada entre 700 y 1.000 millones de espectadores (Moragas, Rivenburgh y Larson, 1995: 207-211).

Por lo que se refiere a España, el cambio de imagen tendría dos ejes principales: uno político y otro socio-cultural. Por una parte, los Juegos de Barcelona presentaban una nueva España política, una España democrática, que “pasaba página” a la larga dictadura de Franco, con una monarquía constitucional representativa de esta nueva etapa política. Por otra parte, eran una gran oportunidad para cambiar los estereotipos negativos de la españolidad: atraso, machismo, improvisación, siesta, etc., para sustituirlos por una nueva imagen de modernidad, identificada con la buena organización de los Juegos, la preparación de sus atletas, y una familia real que rompía el protocolo con gestos de popularidad.

Y en relación a Cataluña, los principales objetivos del cambio de imagen se concretaban en la necesidad de darse a conocer, de situarse en el mapa, con referencias a su identidad cultural y también a su identidad política. Hemos de recordar que la principal preocupación de amplios sectores de la opinión pública catalana era que se acabara identificando la imagen de la sede olímpica como exclusivamente española, menospreciando las referencias explícitas a Cataluña, a su identidad política, cultural y lingüística.

También es preciso recordar que la representación de los símbolos nacionales y de los símbolos culturales de España, Cataluña y Barcelona en las ceremonias, fue el resultado de una difícil negociación y, finalmente, de un consenso entre las instituciones representativas. Todo ello, bajo la presión de la mayor concentración de medios de comunicación internacionales de la historia y ante una opinión pública, en Cataluña, que no habría aceptado un trato disminuido de sus símbolos políticos y culturales. El titular, en portada, del diario *Avui* al día siguiente de la ceremonia inaugural es muy representativo de este consenso: *Brillant inici dels Jocs. Un gran espectacle on els símbols catalans eren presents. (Brillante inicio de los Juegos. Un gran espectáculo en el que los símbolos catalanes estaban presentes)* (26 de julio de 1992).

La singularidad catalana fue ampliamente recogida, no solamente por parte de las grandes televisiones occidentales (Alemania, Estados Unidos, Gran Bretaña), sino también por otras muchas televisiones internacionales (Corea, Japón, Rusia) y de América Latina (Brasil, Méjico). La gran mayoría de televisiones se refirieron a la identidad política y cultural de Cataluña, como algo más que una parte de España, como un país que defiende su personalidad de forma

tenaz, pero también pacíficamente, y se refirieron a la España de 1992 como una nueva sociedad, moderna, tolerante y democrática, ya lejos de las condiciones políticas y culturales a que la había sometido la dictadura de Franco (1936-1975). Es interesante destacar que estos puntos de vista se han ido trasladando a un buen número de guías turísticas en los años posteriores a los Juegos Olímpicos.

En cuanto a la imagen de Barcelona, las ideas contenidas en el guión de las ceremonias tenían un claro objetivo promocional (Bassat, 1992): hacer atractiva la ciudad para proyectos que pudiesen incentivar su actividad económica y su atractivo turístico. Para Barcelona, los Juegos representaban, no solamente la posibilidad de situarse en el mapa, sino de hacerlo como una ciudad capaz de organizar, y organizar bien, uno de los acontecimientos más complejos y populares de nuestra época. Si en la Exposición Universal de 1888 y en la Exposición Internacional de 1929 se habían exhibido productos, innovaciones o tecnologías, en los Juegos Olímpicos de 1992 se exhibía principalmente la capacidad de saber hacer, de organizar y acoger iniciativas y público.

Barcelona aparecía a los ojos de la mayoría de comentaristas como una ciudad fascinante, sobre todo por las condiciones de vida y los atractivos que ofrecía a sus visitantes. La Rambla se convertía en el eje principal de representación de esta convivencialidad. Es muy significativo que la televisión norteamericana NBC iniciara su transmisión de la ceremonia inaugural con unas imágenes de este calle de Barcelona, destacando que su parte central, la más amplia, quedaba reservada a los peatones, mientras que las vías más estrechas, las más marginales, quedaban reservadas a los automóviles.

Un gran número de comentaristas subrayó la síntesis de contrastes que caracterizaba Barcelona, donde convivían factores positivos que difícilmente podían encontrarse de forma simultánea en una misma ciudad: joven y vieja, histórica y moderna, del norte y del sur, oriental y occidental, como una ciudad que vive en la calle, pero que, sin embargo, es ordenada y sabe planificar grandes acontecimientos.

Los creativos y realizadores supieron aportar a las ceremonias la dosis de creatividad necesaria para llamar la atención sobre la originalidad de las propuestas artísticas y culturales. La apuesta vanguardista expresaba la voluntad de diferenciarse (claramente) de los antecedentes folklóricos de muchas ceremonias, o de los tópicos festivales gimnásticos de masas que, sobretudo en España, hubiesen podido recordar las celebraciones sindicales de la época franquista.

La ceremonia gustó a la audiencia local y a la audiencia internacional. La ciudadanía y los organizadores salieron de la ceremonia de obertura de los Juegos de 1992 con una clara sensación de éxito. La frase más recurrente en los comentarios de la calle era “hemos quedado bien...”. La sensación de éxito liberaba una cierta preocupación por una posible imprecisión o

incidente. La Familia Olímpica y los medios de comunicación internacionales, también empezaron a considerar que los Juegos serían un éxito, nada más salir de esta ceremonia.

Otros iconos de la memoria de los Juegos

En relación con la memoria de Barcelona'92 podemos distinguir tres principales modalidades de iconos, entendidos como representación emblemática de un lugar o acontecimiento: los permanentes (edificios, monumentos, nomenclátor); los efímeros (utilizados en las instalaciones y posteriormente retirados); y los coleccionables, *memorabilia* o recuerdos, que constituyen una importante tradición olímpica (sellos, entradas, pins, carteles, antorcha, uniformes, autógrafos, etc.)

La imagen de los Juegos se aplica a una gran variedad de objetos licenciados para la comercialización, recogidos en el amplio catálogo de su *merchandising*. Objetos que pasan del uso cotidiano al coleccionismo: tazas, camisetas, cubiertos, pins, pañuelos, bolígrafos, relojes y una larga lista de objetos. Un caso especial lo constituye la serie de sellos conmemorativos, de larga trayectoria a la historia olímpica (mascota, logotipo, instalaciones olímpicas, edificios singulares como la Sagrada Familia, etc.).

Todos estos objetos interesan a los coleccionistas individuales, pero también a las instituciones responsables del legado olímpico que, con posterioridad a los Juegos, pueden crear museos, como es el caso del Museo Olímpico y del Deporte de Barcelona, situado junto al Estadio Olímpico, en Montjuïc.

Iconos permanentes

La mayoría de iconos permanentes de Barcelona'92 no responden exclusivamente a los Juegos sino, más en general, a la Barcelona del 1992. Por ejemplo, la torre de Collserola de Norman Foster y la torre de Montjuïc de Calatrava (telecomunicaciones), o las nuevas torres de la Vila Olímpica (renovación urbana). Otros monumentos engloban ambos referentes, los Juegos y Barcelona 1992: el Palau Sant Jordi d'Isozaki y el reinaugurado Estadio Olímpico de Montjuïc.

También forman parte de la memoria permanente del 1992, los nuevos monumentos de arte contemporáneo instalados en las calles de Barcelona poco antes de los Juegos. Comenzando por *La gamba* de Mariscal (1989) y seguida de esculturas como *Cap Barcelona* de Roy Liechtenstein (1992), *El Peix* de Frank Gehry (1992) o *L'estel ferit* de Rebecca Horn (1992), entre otras.

Estos iconos monumentales se fueron ampliando en años posteriores con nuevas incorporaciones, modificando el *skyline* de la ciudad: el Museo de Arte Contemporáneo, de Richard Meier (1995); la Torre Agbar, de Jean Nouvel (estrenada el 2005); el Hotel W (popularmente conocido como Hotel Vela), de Ricard Bofill (2009); o el nuevo perfil

constructivo de la Sagrada Familia, que representa una clara modificación de los trazos distintivos de las primeras ocho torres.

Los iconos permanentes más estrictamente relacionados con los Juegos Olímpicos son relativamente escasos. Los más importantes son la cúpula del Palacio Sant Jordi, el perímetro exterior del Estadio Olímpico de Montjuïc y, sobre la puerta de la Maratón, el pebetero diseñado per Ramon Bigas y Pep Sant, visible desde el exterior, y que se puede encender en determinadas conmemoraciones.

Con motivo de los Juegos de 1992 también se revitalizó el valioso legado escultórico de la exposición de 1929 en Montjuïc. La principal actuación fue la propia renovación del Estadio Olímpico (obra de los arquitectos Correa, Milà, Margarit y Buxadé) manteniendo el perímetro y las fachadas de la construcción de 1929, y el conjunto escultórico de los *Aurigas Olímpicos*, del escultor Pau Gargallo.

En el área del estadio se instalaron diversas esculturas con referentes humanísticos del deporte y de la paz: memoria del barcelonés y olímpico romano Lucius Minicius Natalis (ganador de la carrera de cuadrigas, el año 129 dC); homenaje al atleta coreano ganador de la maratón de 1992 (Hwang Young-cho, 2001); o la campana de la paz, etc.

Otra zona de recuerdos permanente es la Vila Olímpica, con numerosas calles con esta denominación, algunas esculturas sin referentes Olímpicos específicos, excepto una escultura bastante insólita del Cobi de Mariscal, situada en un estanque de agua, representado como una bailarina, sobre unas ranas no menos insólitas.

También forman parte del legado simbólico de Barcelona'92 las placas informativas adosadas a los principales edificios modernistas de la ciudad, que formaban parte del programa sobre el modernismo, organizado per la Olimpíada Cultural.

El nomenclátor Olímpico

El nomenclátor es uno de los recursos simbólicos fundamentales en la construcción de la memoria urbana (Moragas, 2016: 148). En el cas de los Juegos Olímpicos, esta advocación olímpica queda concentrada en las dos grandes áreas citadas: Montjuïc y la Vila Olímpica.

Entre las decisiones más importantes del nomenclátor olímpico cabe destacar el acuerdo, tomado el año 2001, de denominar el Estadio Olímpico de Montjuïc como "Estadio Olímpico Lluís Companys", para honrar la memoria del presidente de la Generalitat fusilado por el franquismo el año 1940.

La Vila Olímpica, ahora denominada Vila Olímpica del Poblenou, incluye el Parque Olímpico, el Puerto Olímpico y la plaza de los Voluntarios Olímpicos, un gran paseo con una doble hilera de

mástiles con las banderas de las respectivas delegaciones que participaron en los Juegos. Cabe destacar la denominación de la estación de la línea 4 del metro de Barcelona que da servicio a este espacio de la ciudad: "Ciutadella | Vila Olímpica".

Diversas calles del Anillo Olímpico de Montjuïc ostentan denominaciones olímpicas: calle de los Juegos del 92, paseo Olímpico y una pequeña calle dedicada a Pierre de Coubertin.

El adjetivo "olímpico" también se ha dado en algunas instalaciones, calles y plazas de subse-des olímpicas, como el Canal Olímpico de Castelldefels, los pabellones Olímpicos de Vic o Badalona, diversas calles y plazas dedicadas a los Voluntarios Olímpicos y Paralímpicos, en Terrassa, Mollet o Viladecans, entre otras.

Uno de los temas de controversia sobre el nomenclátor olímpico ha sido el de dedicar o no, una calle de Barcelona a Juan Antonio Samaranch. El año 2012, en el marco del veinte aniversario de la celebración de los Juegos, el grupo municipal del Partido Popular propuso dedicarle una calle, inicialmente la Avenida del Estadio, pero la iniciativa fue rechazada por la mayoría de grupos municipales, argumentando el pasado político del ex-presidente del CIO.

Barcelona y la canción olímpica

La atención a Barcelona en canciones internacionales antes del período olímpico es escasa (Moragas, 2016: 247). Pero con los Juegos Olímpicos y con la posterior expansión del turismo, se abre un nuevo período de interés internacional por Barcelona, con nuevas canciones que combinaran su carácter promocional y su carácter romántico. Entre estas podemos destacar, por su difusión internacional, la canción *Barcelona* (1987), de Freddie Mercury, cantada per Montserrat Caballé y Josep Carreras en la ceremonia inaugural de los Juegos de Barcelona 1992. La letra es un híbrido de emociones interpersonales y de épica (parecida a las "odas"), dedicada a la ciudad, utilizando al máximo, eso sí, toda la musicalidad fonética del nombre: *Baaarceeloona*.

A esta canción internacional sobre Barcelona siguieron otras, algunas de ellas muy populares, como *Barcelona*, de Giulia & Los Tellarini, de la película de Wody Allen *Vicky Cristina Barcelona* (2008), con un discurso naïf, una letra "chicle", sin coherencia discursiva, realmente mosaical, endulzada, lejos de la lógica crítica de la rumba, el rock y el pop, con una melodía que permite ir "columpiando", de tanto en tanto, la palabra "Barcelooooona".

Pero la máxima popularidad correspondería a la rumba catalana, con la intervención de Peret y los Manolos en la ceremonia de clausura, con la canción *Gitana hechicera*, más conocida por una de sus estrofas: «Ella tiene poder, / ella tiene poder, / Barcelona es poderosa, / Barcelona tiene poder».

Las imágenes fotográficas

Las imágenes fotográficas constituyen un elemento fundamental de la memoria colectiva del acontecimiento. En Barcelona'92 se hicieron, y eso era antes de la generalización del teléfono móvil, miles y miles de fotografías. Lo que resulta más sorprendente y digno de ser analizado, es que fotografías procedentes de países muy diferentes coincidieran en la selección final de los temas más emblemáticos.

25 años después, buscando en Google imágenes de Barcelona'92, se produce el mismo efecto, aparecen, prioritariamente, unos pocos referentes: el logotipo y la mascota; algunas imágenes de las ceremonias (el arquero y el encendido del pebetero, la gran bandera olímpica sobre los atletas, el temporal en el mar de la Fura dels Baus); el nadador o nadadora haciendo el salto del trampolín en la piscina de Montjuïc; el Príncipe Felipe como abanderado; los futbolistas de la selección española con la medalla de oro; imágenes de la tribuna con Samaranch, Castro, Mandela, Maragall y el rey Juan Carlos I.

El fotoperiodismo también crea imágenes que perduraran en la memoria local como, por ejemplo, la foto de Pasqual Maragall, con su tabardo, saltando de alegría, y celebrando la nominación de Barcelona como sede de los Juegos de 1992.

Las fases de la opinión pública. Antes y después de los Juegos

La euforia popular que se produce con la nominación de la ciudad como sede de los Juegos Olímpicos, reproducida y reforzada por los medios locales, representa el inicio de un largo proceso de opinión pública que pasa por diversas fases:

1. Fase de expectativa (6 a 4 años antes).
2. Fase de desconfianza y crítica general de la prensa local (4 a 2 años antes).
3. Fase de consenso y autocontrol de las críticas (1 años antes).
4. Fase de euforia (con la inauguración de los Juegos).
5. Fase de olvido y necesidad de cambiar de tema.
6. Finalmente, fase de integración en la memoria colectiva del acontecimiento (grandes aniversarios).

El año de la celebración de los Juegos – 1992- se caracterizó por la contención de la autocrítica y la minorización de los temas conflictivos que pudieran comprometer el consenso necesario para la consecución de los objetivos comunes. “Todo el mundo nos mira”.

Por su parte, la opinión pública sobre los Juegos modernos tiende a centrarse en los principales problemas de la sociedad global: economía y globalización; sostenibilidad y política urbana; integración social y multiculturalidad. El principal tema crítico en relación a los Juegos de verano, en general, se refiere a la política urbanística de la ciudad sede, a las transformaciones urbanas y a las instalaciones necesarias, y a menudo efímeras, que se exigen

a la organización. Esto situaba los Juegos en el centro del debate sobre la sociedad de fin de siglo, y no solo en relación al deporte.

Además, las ciudades anfitrionas tienen sus propios temas clave. En Barcelona'92, el tema clave fue la representación, o no, de la identidad nacional catalana, su simbología, en el escenario del acontecimiento global. Si lo comparamos con las experiencias olímpicas más recientes, podemos destacar el carácter minoritario de las posiciones directamente partidarias del boicot a los Juegos. Las principales tensiones se centraron en la presencia de los símbolos "dentro" de los Juegos, no "contra" la celebración de los Juegos.

El núcleo de la tensión social (en la opinión pública) respecto de los Juegos de Barcelona debe situarse en la reivindicación de la presencia de la identidad catalana en su simbología y en el reconocimiento de su identidad. Y esta tensión, finalmente, se expresó positivamente a favor de los Juegos. La multiplicación de banderas catalanas en las calles y en las instalaciones olímpicas, terminó por convertirse en una forma visible de participación popular.

Veinticinco años después, en el año 2017, puede sorprender la limitada presencia de voces críticas en relación a la comercialización y globalización de los Juegos y del Olimpismo, unas voces que se han ido incrementando y haciendo más y más presentes en el debate público sobre el Olimpismo moderno.

La cobertura periodística

La cobertura de los Juegos Olímpicos en la prensa internacional presenta dos grandes vertientes: la parte más estrictamente deportiva, y la parte dedicada a las cuestiones de carácter político, cultural y social de la ciudad y del país anfitrión.

Las exigencias de la prensa internacional se concretaron en una serie de factores clave: la calidad y eficacia de la organización, especialmente el transporte, pero también de las instalaciones y servicios; la seguridad, el medio ambiente; los efectos de los Juegos sobre la renovación urbana; la tecnología utilizada; la economía, etc.

Durante el largo período de exposición de Barcelona y Cataluña a la prensa mundial, destacó el interés por dos cuestiones principales en relación a la sociedad organizadora: la personalidad de Cataluña en la España moderna y la renovación urbana de Barcelona, su capacidad por hacer una reforma urbana a gran escala aprovechando los Juegos.

Según *The Washington Post* "la primera medalla de los Juegos Olímpicos era una nueva ciudad". *The Guardian*, bajo el título de "Homenaje a la planificación catalana", afirmaba que "la Barcelona Olímpica era, tal vez, el único gran acontecimiento en la historia de la planificación, a escala de toda una ciudad, desde la postguerra" (citado por Ladrón de Guevara, 1995).

Pero al margen de estas cuestiones más tangibles y políticas, las informaciones periodísticas sobre los Juegos Olímpicos, también atribuyen un gran valor a la participación ciudadana, popular, en el acontecimiento. El ambiente que se respiraba en la ciudad y en las instalaciones, el trato que recibían los periodistas por parte de los voluntarios, constituyeron un aspecto clave de la evaluación final hecha por los media. Las vivencias de la ciudadanía se convirtieron en símbolos promocionales de la ciudad y del país.

Este clima era contagioso. Así lo describía Lluís Permañer:

Ya hace días que se palpa el estallido de excitación que revela la voluntad de los ciudadanos de lanzarse a participar. Y ayer, con la llegada de la antorcha, se confirmó este deseo imperioso. (...) Era un espectáculo en el que la ciudadanía fue la verdadera protagonista, porque evidenciaba un deseo de gozo, de diversión y de llenar los espacios urbanos. Y esto, en una ciudad de talante del norte enriquecido con lo mejor de la vitalidad del sur, se convierte en una fiesta contagiosa y digna de ser, al menos, contemplada. Me emociona ver las calles y las plazas, que a veces aparecen demasiado espesas y municipales, literalmente ocupadas por barceloneses felices. La ciudad es la gente, sentenció Shakespeare. Ayer, lo mejor fue la gente. Normal ". (La Vanguardia, 27 de julio de 1992).

La celebración de los aniversarios: las fluctuaciones de la memoria

El primer aniversario de los Juegos, el año 1993, se celebró con numerosas actividades institucionales y una notable atención mediática. Los diarios *El País*, *La Vanguardia*, *El Periódico* o *Avui* dedicaron una amplia cobertura a esta conmemoración: portadas con montajes fotográficos especiales, editoriales, reportajes, encuestas a personalidades y una amplia evocación de los actos de celebración oficial. Las instituciones locales y olímpicas organizaron un programa variado que incluía la constitución de la Fundación Barcelona Olímpica y la inauguración de la *Galeria Olímpica*; la presentación del film oficial de los Juegos *Marathon*, del director Carlos Saura; se volvió a encender el pebetero y se celebró una fiesta final con música y fuegos artificiales.

Pero no todo serían luces. La crisis internacional de los noventa, esquivada en parte por los Juegos, se hizo presente en la ciudad. Los comentarios periodísticos y las manifestaciones políticas planteaban, de manera abierta, el conflicto que enfrentaba la ciudad, entre la nostalgia del pasado y la necesidad de encontrar nuevos objetivos. ("*Barcelona vive el año postolímpico entre la tenaza de la crisis y los proyectos de futuro*" (*Avui*, 25 de julio de 1993); "*El agridulce despertar del sueño olímpico*" (*El País*, 25 de julio de 1993).

En los años siguientes, la nostalgia se transformó en incomodidad y necesidad de olvido cuando la sociedad barcelonesa prefirió cambiar de tema. Hablar de los Juegos se convirtió en políticamente incómodo. Así, el segundo y tercer aniversario, 1994 y 1995, pasa sin pena ni gloria. Únicamente un grupo de ex voluntarios se reúnen la tarde del día 25 de julio para abrir

unas botellas de cava y brindar por los buenos recuerdos. Las referencias periodísticas son imperceptibles y los actos oficiales inexistentes.

Entre las excepciones la ampliación de las actividades académicas del Centro de Estudios Olímpicos de la UAB que, entre 1994 y 1995, edita el libro *Las claves del Éxito*, pone en línea su primera web y firma, con el Comité Internacional Olímpico, el convenio de creación de la primera Cátedra universitaria de estudios olímpicos (Fernández Peña et al., 2015).

Pero la celebración de los aniversarios de los Juegos experimentaría una sorprendente reanimación pública, mediática e institucional, coincidiendo con la clausura de los Juegos de Atlanta, el año 1996, cuando *"Atlanta hace todavía mejores los Juegos de Barcelona"* (Avui, 25 de julio de 1996).

El 1996 Barcelona recupera el ritual olímpico del encendido del pebetero en el Estadio Olímpico, y los Juegos de 1992 vuelven a ser objeto de atención periodística. Especialmente significativo de esta recuperación es la celebración conmemorativa – por primera vez en la historia - del décimo aniversario de la nominación de una ciudad como sede olímpica. El día 16 de octubre de 1996, en el contexto de las críticas a la organización de Atlanta, el Ayuntamiento de Barcelona organiza un gran espectáculo piromusical al que asisten unas 180.000 personas. Según *El Periódico*, patrocinador de la fiesta, Barcelona rememora la apoteosis olímpica. Los Juegos de Barcelona volvían así, con gran relieve, a las primeras páginas de la prensa local.

En los años posteriores, hasta llegar a la celebración del 10^o aniversario, se vuelve a la celebración discreta. En julio de 1998, se organiza un gran mitin atlético internacional en Montjuïc, pero las fotos periodísticas muestran las gradas del Estadio vacías, evidenciando las dificultades de reconstruir, más allá de la memoria y del simbolismo, los aniversarios de los Juegos.

Con motivo del 20^o aniversario, con el lema *"Siempre Olímpicos"*, se propone una programación austera, condicionada por la crisis económica, que aprovecha todos los acontecimientos deportivos del calendario anual para poner el sello del aniversario. Entre los actos específicos destacan la entrega de medallas a los principales protagonistas y, más popular, un homenaje a los miles de voluntarios. Se revive el ritual olímpico del relevo de la antorcha, con un recorrido que va desde el Ayuntamiento hasta el nuevo Museo Olímpico de Montjuïc, que se había inaugurado el año 2007. El 20^o aniversario también fue motivo de diversos reportajes de televisión (RTVE, TV3 y BTV) sobre lo que significaron aquellos Juegos para la ciudad.

Escribo estas líneas justo cuando se acaban de presentar los trazos fundamentales de la celebración del 25^o aniversario en un acto solemne en el *Saló de Cent* del Ayuntamiento de Barcelona (el lugar más emblemático de la ciudad para este tipo de actos conmemorativos). Se

reitera el criterio de organizar un programa austero, pero reconociendo que se trata de conmemorar un hecho singular de la historia de la ciudad, un acontecimiento patrimonio de todos.

A parte de los actos protocolarios y de la renovación de algunos rituales Olímpicos, se proponen diversos debates y conferencias, orientadas a descubrir aspectos olvidados o desconocidos de la compleja organización de los Juegos. Las “bodas de plata”, los 25 años, contarán con un logo propio, diseñado nuevamente per Josep Maria Trias, y que reinterpreta el símbolo inicial de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos.



El programa invita a la participación, y lo hace con una tecnología de la que todavía no se disponía en 1992, un sitio web propio³ dedicado al acontecimiento.

Todos los medios de comunicación (prensa, radio, televisión) dedicaran monográficos a la conmemoración del 25º aniversario; reconociendo los diversos aspectos del legado de los Juegos, coincidiendo en que el 1992 fue un momento feliz, histórico, de la ciudad.

Sobre el modelo de éxito de Barcelona'92

El éxito de Barcelona ha sido reconocido a escala internacional per tres principales aspectos:

- a. Las sinergias entre los Juegos y la renovación urbana.
- b. La precisión en la organización de las pruebas atléticas y en la logística de acogida a los participantes (transportes, alojamiento, servicios técnicos).
- c. Y, finalmente, pero no menos importante, la fiesta y la convivencia en la calle que contagiaba todo el ambiente.

Barcelona supo “apropiarse” de los Juegos, creando sinergias entre la renovación de la ciudad y el acontecimiento, demostrando capacidad organizativa y creando un clima de convivencia reconocido por la población local y los visitantes.

La valoración de los Juegos Olímpicos encontró un momento especial – de gran transcendencia periodística y emocional- en las diferentes fórmulas de elogio utilizadas por el Presidente Samaranch en sus discursos de clausura.

³ <http://lameva.barcelona.cat/25añosolimpica/es/noticia/estrenamos-web-del-25-aniversario-de-barcelona-92>

En la clausura de los Juegos de Seul'88 el Presidente, en nombre del CIO, ofrecía a los coreanos *"Nuestro más profundo agradecimiento. Doy las gracias a los competidores, a los oficiales, a los espectadores, a los medios de comunicación y a todos los que han contribuido al éxito de estos juegos"*.

En la clausura de los Juegos de Barcelona 92, en cambio, el Presidente pronunció una frase que llevaba los elogios al límite: *"Lo habéis conseguido. Estos han sido, sin ninguna duda, los mejores juegos de toda la historia olímpica"*. Una frase con todos los énfasis retóricos posibles: se inicia con una expresión de complicidad (*lo habéis conseguido*), se refuerza con una afirmación de garantía (*sin ninguna duda*) y se enfatiza con una referencia solemne (*de toda la historia olímpica*).

Estos elogios no se pudieron repetir en el caso de los Juegos de Atlanta, pero sí en los Juegos de Sydney, donde Samaranch buscó una forma elogiosa similar, pero no igual, a la de Barcelona. Los Juegos de Sydney habían sido *"the best Olympic Games ever"*, no, exactamente, *"los mejores Juegos de toda la historia olímpica"*. Después de Barcelona, ya era difícil continuar haciendo elogios comparativamente. El reconocimiento del éxito por comparación histórica había agotado sus recursos retóricos. Pasados ya veinticinco años de aquellos Juegos, podemos hacer ahora una relectura más autocrítica, y también más ecuánime, del modelo de éxito de Barcelona'92.

Sorprende, por ejemplo, la escasa atención de las crónicas sobre Barcelona'92 del legado recibido de las ciudades que la precedieron, reconocidas, eso sí, en uno de los rituales de la ceremonia inaugural, que escenificaba la historia de los Juegos con la entrada al estadio de representantes de todas las anteriores ciudades olímpicas, desde Atenas 1896 a Barcelona 1992. Las interpretaciones, a menudo apologéticas de los Juegos de Barcelona, han tendido a ignorar, o a minimizar, los hitos conseguidos por los Juegos anteriores, especialmente el legado de ciudades como Méjico, Múnich, Los Ángeles o Seúl, ediciones que transformaron los Juegos, con programas culturales y de identidad (Méjico y Múnich), con un nuevo impacto mediático y de patrocinio (Los Ángeles) o con una gran implicación tecnológica, económica, política y social (Seúl).

Hemos de reconocer, por ejemplo, que el modelo de éxito de Barcelona, dentro y fuera de Cataluña, se vio reforzado por la comparación con la organización posterior de los Juegos de Atlanta, el año 1996. No se puede negar que las numerosas críticas de la prensa internacional a la organización de aquellos Juegos actuaron, indirectamente, como refuerzo de la imagen de los Juegos de 1992. Las críticas a Atlanta – muy destacadas en los titulares de la prensa barcelonesa – reforzaron la opinión favorable a la experiencia olímpica de 1992: *"La magia de Barcelona ensombrece a Atlanta"* (*El Periódico*, 21 de julio de 1996) y *"Atlanta'96 no pudo con Barcelona'92"* (*La Vanguardia*, 6 de agosto de 1996).

El reconocimiento del modelo Barcelona en la historia olímpica – que es indiscutible- debe completarse con el reconocimiento, desde Barcelona, de las aportaciones recibidas por parte del movimiento olímpico. Creo que la posterior desorientación del Fórum 2004 fue el resultado, al menos en parte, de encontrarse sin la aportación de un producto (los Juegos) que llegaba a Barcelona plenamente consolidados y con una participación de atletas y de representantes internacionales sin precedentes.

Olimpismo y críticas a la globalización en el Siglo XXI

Ya hemos dicho que el debate público sobre los Juegos de 1992 no se caracterizó precisamente por hacer énfasis en la crítica a la globalización. Esta crítica, que se produjo, era todavía minoritaria, y no tenía la importancia que tomaría posteriormente en la era de las redes sociales.

En los últimos años las críticas a los Juegos Olímpicos, así como las dudas sobre su sostenibilidad e interés social, se han incrementado notablemente.

Ante el proceso acelerado de globalización, los Juegos se verán, cada vez más, como ejemplos de la comercialización de las ciudades y de la especulación urbanística, como un festival de las marcas, más que como un festival de la juventud y el deporte.

La buena convivencia entre desarrollo urbano y Juegos Olímpicos del modelo Barcelona ya no será la característica de los Juegos posteriores, de Atlanta, Sydney, Atenas y Rio, con notables déficits y cuestionables legados urbanísticos. Algunas ciudades candidatas han utilizado el éxito reconocido de la experiencia de Barcelona, pero lo han hecho de manera descontextualizada y abusiva, para justificar sus propias propuestas, dejando como legado graves desequilibrios y déficits, especialmente en Atenas y Rio de Janeiro. Pekín'2008 y Londres'2012 pueden considerarse casos a parte, al poder utilizar los Juegos como formas de desarrollo económico de sus grandes metrópolis.

Esto explica la reducción del número de ciudades candidatas a organizar los Juegos, afectadas por la oposición ciudadana. De las cinco candidaturas para acoger los Juegos del 2024, ya solo quedan dos, después de la retirada de Hamburgo, Roma y Budapest. Quedan París, que ya fue candidata el 1992 y Los Ángeles, organizadora de los Juegos de 1932 y de 1984.

La retirada de Hamburgo fue consecuencia del resultado negativo de un referéndum entre la población, mientras que en el caso de Budapest la retirada estuvo precedida de la recogida de decenas de miles de firmas en contra, y en Roma, la nueva alcaldesa Virginia Raggi, retiraba la candidatura alegando que “los romanos nos han pedido que nos ocupemos de la ciudad de Roma y decir sí a la candidatura sería hipotecar el futuro de la ciudad”. Argumentación que, por contraste, está en las antípodas del discurso del alcalde Pasqual Maragall sobre Barcelona'92.

Las imágenes de deterioro y abandono del centre acuático y del mítico Maracanã de Rio, pesan mucho más en la opinión pública mundial que las promesas (sin fundamento) de algunas candidaturas. Los movimientos de oposición ya no se refieren únicamente a las molestias que puede provocar un gran acontecimiento (“nos ausentaremos de la ciudad aquellos días”), sino a la posible inadecuación de las inversiones, a la desconfianza en el oportunismo político o a las dudas sobre quiénes puedan ser los beneficiarios reales de las grandes inversiones previstas.

El crecimiento del gigantismo, de la cantidad de pruebas, de las reclamaciones de mayor seguridad y de mayor confort de las delegaciones, hacen cada vez más inviable la organización de los Juegos en ciudades medianas europeas. Que los Juegos de 2020 se organicen nuevamente en Tokio, o que las únicas ciudades candidatas para 2024 sean París y Los Ángeles no parece una casualidad, sino una consecuencia de esta evolución.

El incremento de los movimientos críticos en las ciudades olímpicas, la reducción final de ciudades candidatas, ha provocado algunas, y todavía tímidas, reacciones del Comité Internacional Olímpico, como la Agenda 2020 que se propone considerar el legado y la sostenibilidad de los Juegos como condición básica para la nominación.

Mirando hacia atrás, veinticinco años después, nos aparece una Barcelona confiada, interesada y capaz de multiplicar “la atracción de forasteros” y de producir un modelo de integración entre estos grandes acontecimientos y la ciudad. Lo que todavía no veíamos entonces eran los riesgos del éxito, un éxito que ahora reclama una nueva política para garantizar la sostenibilidad y la calidad de vida en la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

BASSAT, Lluís (1992). "The Olympics and History's Longest Commercial", a: *Viewpoint*. Chicago: Ogilvy & Mather.

BORJA, Jordi (2010), *Llums i ombres de l'urbanisme de Barcelona*, Barcelona: Empúries.

CIO (2015). "News access rules applicable for the broadcast of the games of the XXXI Olympiad, Rio de Janeiro, 5-21 august 2016". Lausanne: International Olympic Committee.

FERNÁNDEZ PEÑA, Emilio, et alt. (2011). *Mosaico olímpico: Investigación multidisciplinar y difusión de los estudios olímpicos. CEO-UAB: 20 años*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona.

LADRÓN DE GUEVARA, Muriel; CÒLLER, Xavier; ROMANÍ, Daniel (1995). "La imagen de Barcelona 92 en la prensa internacional", en: MORAGAS, Miquel de; BOTELLA, Miquel (eds.). *Las claves del éxito*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona.

MORAGAS, Miquel de (1987). "Local Culture and International Audience", en KANG SHIN PYO, *Firts International Conference on the Olympics and the East/West and South/North Cultural Exchanges in the World System*. Seül.

MORAGAS, Miquel de (1992). *Los Juegos de la comunicación*. Madrid: Fundesco.

MORAGAS, Miquel (2016). *Barcelona, ciutat simbòlica*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

MORAGAS, Miquel de; MacALOON, John; LLINÉS, Montserrat (1994). *Olympic Ceremonies. Historical Continuity and Cultural Exchanges*, en: International Symposium on Olympic Ceremonies, Lausanne: International Olympic Committee.

MORAGAS, Miquel de; BOTELLA Miquel (eds.) (1995). *Las claves del éxito. Impactos, sociales, deportivos, económicos y comunicativos de Barcelona'92*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona.

MORAGAS, Miquel de; BOTELLA, Miquel (eds.) (2002). *1992-2002. Barcelona: l'herència dels Jocs*. Barcelona: CEO-UAB, Ajuntament de Barcelona, Planeta.

MORAGAS, Miquel de; RIVENBURGH, Nancy; LARSON, James (1995). *Television in the olympics*. Londres: John Libbey.

PERARNAU, Martí (1991). *Les operacions de Premsa*. Curs de Formació sobre Olimpisme, Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona.

El legado simbólico de Barcelona 1992, veinticinco años después

El autor reflexiona, con veinticinco años de perspectiva, sobre un aspecto singular del legado de Barcelona'92, su legado simbólico: ideas, iconos, contenidos, estados de opinión, que acaban construyendo la memoria del acontecimiento.

Analiza tanto el legado tangible (urbanismo, instalaciones), como el legado intangible (imagen, interpretaciones, memoria), para establecer que, en realidad, el legado es el resultado de un conjunto de interferencias. Y Barcelona'92 tiene una metáfora que lo explica: "Abrir la ciudad al mar".

Miquel de Moragas Spà es catedrático emérito de la UAB y fundador del Centro de Estudios Olímpicos y del Deporte de la UAB.



ceo UAB

Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport
Universitat Autònoma de Barcelona

Edificio N. 1a. planta
08193 Bellaterra (Barcelona)
España

Phone +34 93 581 1992
Fax +34 93 581 2139

<http://ceo.uab.cat>
ceoj@uab.cat