

Miquel de Moragas i Miquel Botella, Editors

1992

Barcelona: l'herència dels Jocs

2002

*Centre d'Estudis Olímpics – UAB
Ajuntament de Barcelona
Editorial Planeta*

Els continguts d'aquest llibre no podran ser reproduïts,
ni totalment ni parcialment, sense el previ consentiment
per escrit dels editors.

© Dels articles: els seus autors
© De l'edició:
Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport - UAB
Editorial Planeta, S. A.
Ajuntament de Barcelona

Editors: Miquel de Moragas i Miquel Botella
Coordinació editorial: Anna Belén Moreno i Miquel Gómez
Traducció i correcció: Oriol Gibert

Disseny de la coberta: Josep M.ª Trias (Quod)

Edició especial 10è aniversari dels Jocs Olímpics
Barcelona 1992: juliol 2002

Dipòsit legal: B-35932-02
Preimpresió: Víctor Igual, S. L.
Impressió i enquadernació: Imatge de l'Ajuntament
de Barcelona i Reprodisseny
Imprès a Espanya - Printed in Spain

Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport
Universitat Autònoma de Barcelona
Edifici N. 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès)
blues.uab.es/olympic.studies

Imatge i Producció Editorial
Ajuntament de Barcelona
www.bcn.es/publicacions

Miquel de Moragas
i Miquel Botella, Editors
***Barcelona: l'herència
dels Jocs (1992-2002)***

El llegat esportiu dels Jocs

L'ús de les instal·lacions olímpiques

Xavier Segura, Àndor Serra, Ramon Pallejà 183

L'esport i la pràctica de l'activitat física a la ciutat de Barcelona després de 1992

Albert Batlle, Martí Niubò 197

L'alt rendiment esportiu

Josep Escoda 219

Els Jocs Paralímpics Barcelona'92

Els Jocs Paralímpics i la integració social

Fernand Landry 227

Els impactes econòmics i socials

Anàlisi de l'impacte econòmic dels Jocs Olímpics de Barcelona, 1986-2004

Ferran Brunet 245

Turisme: els impactes dels Jocs i de la seva imatge sobre el turisme

Pere Duran 275

Els Jocs de la ciutat

Lluís Millet 295

La Vila Olímpica, deu anys després

Jordi Carbonell 309

Les claus de l'èxit, deu anys després: la tecnologia en els Jocs Olímpics

Ferran Pastor 321

Recerca, documentació i bibliografia sobre Barcelona'92

Berta Cerezuela 343

Índex

Preàmbul

- Joan Antoni Samaranch, Pasqual Maragall i Josep Miquel Abad
conversen deu anys després sobre el llegat del Jocs de 1992 5

Introducció

- Barcelona'92 en perspectiva
Miquel de Moragas / Miquel Botella 19

El model dels Jocs

- Josep Miquel Abad valora els Jocs
Entrevista amb els editors 25
- Les claus de l'èxit dels Jocs
Miquel Botella 37
- El model organitzatiu dels Jocs després de Barcelona'92
Gilbert Felli 65
- Barcelona'92 i la seva influència internacional
Enric Truñó 77
- Els jocs polítics: actors i estratègies entorn dels Jocs Olímpics
de Barcelona 1992
Joan Botella 105
- Comunicació a Barcelona'92: l'herència dels símbols
Miquel de Moragas 119
- Voluntaris'92. Deu anys després
Andreu Clapés 145
- El Fòrum Universal de les Cultures, la darrera herència dels Jocs
Miquel Botella 165

Comunicació a Barcelona'92: l'herència dels símbols

Miquel de Moragas

Catedràtic de Comunicació de la UAB

Director de l'Institut de la Comunicació i del Centre d'Estudis Olímpics de la UAB

1. Producció dels símbols: consens, estratègies de promoció i ocultacions

1.1. La preparació dels Jocs

El primer repte de l'organització dels Jocs Olímpics consisteix a saber escollir un model de relació ciutat-Jocs. Això significa definir un model organitzatiu, econòmic i urbanístic, però també significa escollir un model cultural i de comunicació.

Els Jocs Olímpics, a diferència d'altres grans esdeveniments (casaments de la reialesa, enterraments històrics, guerres, etc.), són una mena de gran esdeveniment (*mega event*) que es caracteritza per la seva anunciada periodicitat (*olimpíada*) i, doncs, per la seva previsibilitat i planificació.

Això facilita la seva condició d'esdeveniment mediàtic¹ i implica grans oportunitats i reptes a les seves polítiques culturals i de comunicació.

La planificació de la comunicació per als Jocs Olímpics de Barcelona va començar amb sis anys d'anticipació (la seva elecció com a seu olímpica es va produir el mes d'octubre de 1986). Més encara: a partir de la mateixa conceptualització de la candidatura ja es van haver de definir els aspectes estratègics fonamentals de la imatge de la ciutat i del país amfitrió.

La planificació de la comunicació s'inicia amb un primer gran repte: definir (i seleccionar) la imatge de la identitat col·lectiva de la seu. Això

1. Katz, E.; D. Dayan (1994): *La historia en directo*. Barcelona: Gustavo Gili.

implica un procés complex —alhora professional i polític— per trobar les solucions acceptables.

Pel que fa al vessant polític, la imatge final de Barcelona'92 va ser el resultat d'un procés de tensions i de consens, de negociació entre els diferents actors implicats. En el cas de Barcelona'92 (vegeu en aquest mateix llibre el capítol signat per Joan Botella) va ser el resultat del consens entre els governs d'Espanya i de Catalunya (Generalitat), l'Ajuntament de Barcelona, els comitès olímpics, els mitjans de comunicació, els patrocinadors i els actors socials implicats en la cultura del país.

Pel que fa al vessant tècnic, la primera etapa de comunicació implicava la definició dels continguts semàntics bàsics que posteriorment haurien de ser expressats a través de diversos mitjans de comunicació.

Aquest debat sobre els continguts semàntics bàsics va inspirar tot el conjunt de la producció simbòlica dels Jocs: el disseny dels símbols (logotip i mascota), l'elecció del model cultural de les cerimònies (inauguració, clausura, recorregut de la torxa); les estratègies informatives bàsiques per als mitjans de comunicació (llibres, fullets, guies, vídeos, etc.).

Aquest procés, que tendeix a reiterar els valors més àmpliament acceptats, no conflictius i «políticament correctes», es completa amb l'adaptació d'aquests valors a les rutines de producció de la comunicació de cada època i a les condicions dels rituals olímpics.

L'adaptació als rituals olímpics i a les condicions de comunicació de l'època implicava la síntesi d'una realitat complexa —la identitat de la seu— en unes poques imatges i referents. Es va seguir, aleshores, un procés de selecció caracteritzat per les següents categories principals i processos de semantització:

- Priorització dels signes d'identitat expressables icònicament i aptes per a la seva expressió fotogràfica i audiovisual. Per exemple, la ceràmica modernista, les visions aèries de la ciutat o les representacions del seu *skyline*. (A Sidney aquesta funció la complia el perfil del Sidney Harbour Bridge.)

- Selecció d'aquells valors culturals que ja tenen reconeguda una projecció internacional més gran: Gaudí, Picasso, Dalí i Miró.

- Selecció d'actors de fama mundial per representar la identitat de

la pròpia cultura (Montserrat Caballé, Josep Carreras i la model Judit Mascó). (A Sidney va aparèixer la model Elle McPherson.)

- Utilització d'edificis i monuments singulars com a signes emblemàtics de la ciutat (Estadi de Montjuïc, Sagrada Família, monument a Colom, etc.). (A Sidney aquesta funció corresponia a l'edifici de l'Òpera.)
- Selecció d'imatges de la cultura popular i del folklore, però també de l'economia, de la tecnologia i del caràcter cosmopolita de la ciutat.

1.2. Consens, crítica i autocrítica

Per entendre aquest mecanisme de creació d'imatge també cal fer referència a l'univers semàntic dels ítems absents o, més aviat, dels ítems amagats per les estratègies promocionals oficials. Com en qualsevol procés de promoció o de publicitat van quedar fora d'aquella selecció i semantització els elements negatius també presents a la ciutat de Barcelona (contaminació, humitat, marginació, pobresa, prostitució, brossa, carestia, soroll, desequilibris urbans, etc.).

També es van eliminar una sèrie d'ítems que només uns anys enrere constituïen el camp semàntic habitual de les campanyes promocionals turístiques d'Espanya: braus, flamenc, vi, sol, folklore, etc. Aquests ítems no es van considerar adequats a la nova imatge d'identitat catalana i de modernitat espanyola que es desitjava projectar internacionalment.

Comparativament amb altres experiències olímpiques dels darrers 25 anys, també cal destacar la limitada força de la crítica radical respecte als Jocs i, més concretament, l'extrema feblesa de les posicions partidàries, frontalment, del boicot als Jocs.

No ens referim només a la manca de boicot internacional (a Barcelona'92 es baten tots els rècords de participació internacional, amb un total de 172 comitès olímpics nacionals i un grup de 13 *Independent Olympic Participants*), sinó també a la feblesa dels moviments radicals antioímpics a la ciutat de Barcelona.

Les tensions, que van existir, es van centrar en la presència dels símbols «dins» dels Jocs, no «contra» la celebració dels Jocs.

El nucli de la tensió social (a l'opinió pública) respecte als Jocs de Barcelona cal situar-lo en la reivindicació de la presència de la identitat catalana en la simbologia dels Jocs i en el reconeixement d'aquesta iden-

titat. La tensió es va expressar positivament a favor dels Jocs: és el cas de la reivindicació de la bandera catalana als carrers i a les instal·lacions olímpiques, que finalment es va convertir en una forma visible de participació popular en els Jocs.

El tema crític principal respecte als Jocs d'Estiu es refereix a la política urbanística de la ciutat seu, a les transformacions urbanes i a les instal·lacions necessàries, i sovint efímeres, que exigeix l'organització dels Jocs. D'aquest tema se n'ocupen altres articles en aquest mateix llibre, però des del punt de vista cultural i de simbologia cal reconèixer que les crítiques, que també es van produir a Barcelona, no van ser crítiques fonamentals al model Barcelona'92. Més aviat al contrari: amb el pas dels anys, els barcelonins van anar descobrint els nous espais (públics), com l'obertura de la ciutat al mar, mentre que les principals crítiques es limitaven a la mala qualitat d'algunes edificacions fetes amb les presses olímpiques.

Deu anys després, a la vista de la realitat mundial de l'any 2002, pot sorprendre la limitada presència de veus crítiques respecte a la comercialització i *globalització dels Jocs i de l'Olimpisme*.

Tot i la inundació de la publicitat dels *top sponsors*, les veus que van qüestionar el paper d'aquestes grans multinacionals a Barcelona'92 van ser febles i limitades.

Alguns estudis crítics sobre els comportaments de l'opinió pública a les ciutats olímpiques expliquen aquesta expressió limitada de les idees crítiques com una conseqüència dels efectes de les grans campanyes promocionals.²

Sense poder negar del tot la possibilitat d'aquesta «anestèsia olímpica», també cal recordar la realitat d'un llarg procés dominat per la disponibilitat al consens i per la participació ciutadana en objectius comuns.

Deu anys més tard ja podem reconèixer que, durant el període de preparació i de celebració dels Jocs, l'autocrítica es va veure molt limitada pel sentiment de participar en una obra comuna.

Però aquesta contenció autocrítica deixa de tenir sentit quan del que

2. Rutheiser, D. (1996): *Imagineering Atlanta*. Nova York: Verso.

Jefferson, H. (2000): *Inside the Olympic Industry*. Nova York: State University of New York Press.

es tracta és de fer història, d'interpretar el passat com a lliçó de futur. En aquest sentit caldria fer una relectura, més autocrítica, de la relació de Barcelona amb el conjunt del moviment olímpic. Sorpren, per exemple, la ignorància de les cròniques sobre els deutes de Barcelona amb la tradició olímpica, especialment amb les ciutats que la van precedir (Mèxic, Montreal, Munic, Moscou, Los Angeles, Seül).

Igualment, caldria revisar autocríticament les interpretacions, sovint de superioritat, respecte a les ciutats que van seguir Barcelona en l'organització dels Jocs (Atlanta, Sidney, Atenes).

El reconeixement de la projecció del «model Barcelona» en la història olímpica —indiscutible— s'ha de completar amb el reconeixement de la influència que la mateixa tradició olímpica va tenir en l'èxit de Barcelona'92.

2. Els grans escenaris de la producció simbòlica

2.1. Les cerimònies: Barcelona, Catalunya i Espanya a l'escenari mundial

Les cerimònies constitueixen el principal mitjà de producció simbòlica dels Jocs Olímpics moderns. Això ha quedat demostrat en diverses recerques sobre les cerimònies en general³ i sobre les repercussions específiques de les cerimònies de Barcelona'92.⁴

Aquestes anàlisis han demostrat un nivell molt alt de correspondència entre les «idees-proposta» dels emissors (el Comitè Organitzador) i la difusió d'aquestes idees a través de les emissores de televisió internacionals.

També s'ha demostrat que l'interès pels aspectes més generals i universals dels Jocs és perfectament compatible amb l'interès pels aspectes més locals o particulars. L'atenció prestada per la majoria de televisions internacionals als aspectes més locals dels rituals i de les representacions de les cerimònies confirma la doble condició local-global de la cobertura mediàtica dels Jocs Olímpics. Les cerimònies, en el seu conjunt, estruc-

3. Moragas, M. de; J. MacAloon i M. Llinés (1994): «Olympic Ceremonies. Historical Continuity and Cultural Exchanges», a *International Symposium on Olympic Ceremonies*. Lausana: Olympic Museum.

4. Moragas, M. de; N. Rivenburgh i J. Larson (1995): *Television in the Olympics*. Londres: John Libbey.

turen el seu discurs en el doble referent de la «mundialització» i la «localització».

En el cas de Barcelona'92 es va produir una bona entesa (emissors-intèrprets) en un punt clau: els Jocs representaven l'oportunitat per una renovació i canvi de la imatge internacional dels tres principals referents geopolítics implicats: Barcelona, Catalunya i Espanya. Les televisions i la premsa internacionals van interpretar aquests canvis i els van transmetre a una audiència sense precedents, avaluada finalment entre 700 i 1 000 milions de telespectadors.⁵

Pel que fa a Espanya, el canvi d'imatge tenia dos eixos principals, un de polític i un de sociocultural. D'una banda, els Jocs de Barcelona presentaven una nova Espanya política, una Espanya democràtica, que passava pàgina a la llarga dictadura de Franco, amb una monarquia constitucional garant del pluralisme i representativa d'aquesta nova etapa política. D'altra banda, les cerimònies representaven l'oportunitat de canviar els estereotips negatius de l'*espanyolitat*: endarreriment, masculisme, improvisació, migdiada, etc., per substituir-los per una nova imatge de modernitat, identificada amb la bona organització dels Jocs, la preparació dels seus atletes i una família reial que trencava el protocol amb múltiples gestos de popularitat.

Pel que fa a Catalunya, els objectius principals del canvi d'imatge es concretaven en la necessitat de donar-se a conèixer, de situar-se en el mapa, amb referències a la identitat cultural i, també, a la identitat política. Hem de recordar que la preocupació principal d'amplis sectors de l'opinió pública catalana era que la dimensió internacional de l'esdeveniment olímpic acabés identificant la imatge de la ciutat seu com exclusivament espanyola, menystenint les referències explícites a Catalunya i a la seva identitat política, cultural i lingüística.

També cal recordar que la representació dels símbols nacionals i dels símbols culturals d'Espanya, Catalunya i Barcelona a les cerimònies va ser el resultat d'una negociació difícil i, finalment, d'un consens entre les institucions representatives. Tot això sota la pressió de la major con-

5. Vegeu «The worldwide audience for the Olympics», a Moragas, M. de; N. Rivenburgh i J. Larson (1995).

centració de mitjans de comunicació internacionals de la història i davant d'una opinió pública, a Catalunya, que no hauria acceptat un tracte disminuït dels seus símbols polítics i culturals.

La diferència i la singularitat catalanes van ser acollides àmpliament, no només per part de les grans televisions occidentals (Alemanya, Estats Units, Gran Bretanya), sinó també per moltes altres televisions internacionals (Corea, Japó, Rússia) i de l'Amèrica Llatina (Brasil, Mèxic).

Finalment, la gran majoria de televisions es va referir a la identitat política i cultural de Catalunya com alguna cosa més que una part d'Espanya, com un país que defensa la seva personalitat de forma tenaç però també pacífica; i va definir l'Espanya de 1992 com una nova societat, moderna, tolerant i democràtica, ja lluny de les condicions polítiques i culturals a què l'havia sotmès la dictadura de Franco (1936-1975).

Pel que fa a la imatge de Barcelona, les «idees-proposta» van girar entorn d'un clar objectiu promocional⁶ o de màrqueting: fer atractiva aquesta ciutat per a projectes que en poguessin incentivar l'activitat econòmica i l'atractiu turístic. Per a Barcelona els Jocs representaven no només la possibilitat de sortir al mapa, sinó de fer-ho com una ciutat capaç d'organitzar, i organitzar bé, un dels esdeveniments més complexos i populars de la nostra època.

Barcelona apareixia als ulls de la majoria de comentaristes com una ciutat fascinant, sobretot pel que fa a les condicions de vida i als atractius que oferia als seus visitants. La Rambla es converteix en l'eix principal de representació d'aquesta convivencialitat. És ben significatiu que la NBC iniciés la seva transmissió de la cerimònia inaugural amb unes imatges d'aquest carrer de Barcelona, tot destacant que la seva part central, la més àmplia, es reserva als vianants, mentre que les vies més estretes, les més marginals, queden reservades als cotxes.

Un gran nombre de comentaristes va remarcar la síntesi de contrastos que caracteritzava Barcelona, on conviuen factors positius que difícilment podien trobar-se en un mateix lloc i de forma simultània. Barcelona es va interpretar, alhora, com jove i vella, històrica i moderna, ciutat

6. Bassat, L. (1992): «The Olympics and History's Longest Commercial», a *Viewpoint*, desembre, Xicago: Ogilvy & Mather.

del nord i ciutat del sud, ciutat oriental i ciutat occidental, ciutat que viu al carrer però que, tanmateix, és ordenada i capaç d'organitzar grans esdeveniments.

«El vell i el nou es barregen a Barcelona... Les Rambles, les famoses Rambles de Barcelona... Vostès s'estan submergint en la capital de Catalunya. Nosaltres, que ja fa uns dies que som aquí, podem afirmar plens d'orgull que Catalunya, Barcelona, realitzen aquests vint-i-cinc Jocs de l'Olimpíada de l'Era Moderna.» (Comentari de la TV Globo, del Brasil, a la cloenda de Barcelona'92.)

«Espanya ha demostrat tenir el millor de l'est i el millor de l'oest [...], elements nous i elements vells.» (Awatef Abd Al-Rahman, d'Egipte, a la cloenda de Barcelona'92.)

2.1.1. L'estadi, convertit en plató de televisió

La ciutadania i els organitzadors van sortir de la cerimònia d'obertura dels Jocs de 1992 amb una sensació clara d'èxit. La frase més recurrent dels comentaris de carrer era: «Hem quedat bé». La sensació d'èxit alliberava una certa preocupació per les possibles imprecisions o incidents. La família olímpica i els mitjans de comunicació internacionals també van començar a considerar que els Jocs serien un èxit, tot just en sortir d'aquesta cerimònia.

Els organitzadors van saber aportar a les cerimònies la dosi de creativitat necessària (com també ho havien sabut fer a Albertville'92) per tal de cridar l'atenció sobre l'originalitat de les propostes artístiques i culturals. Les cerimònies de Barcelona —com els seus símbols— es van veure beneficiades i estimulades per l'aposta avantguardista i per la voluntat de diferenciar-se clarament dels antecedents folklòrics de moltes cerimònies, o dels tòpics festivals gimnàstics de masses que, sobretot a Espanya, haguessin pogut recordar les celebracions sindicals de l'època franquista.

Les cerimònies, com el símbol i la mascota, es proposaven ser rupturistes a nivell artístic i consensuades a nivell polític, aconseguint així el doble efecte d'espectacularitat i d'adhesió ciutadana.

Les cerimònies també van ser elogiades per la bona qualitat en la producció i en la realització, així com per l'encert en la reinterpretació de la

tradició olímpica. Les cerimònies van saber construir un nou discurs «teatral» adaptat al gran escenari de l'Estadi Olímpic, que es convertia així en un gran plató de televisió.

Posteriorment, després d'Atlanta i de Sidney, s'ha parlat molt de la repetició, fins i tot de la còpia, del «model Barcelona». Cal tenir en compte, però, abans de treure conclusions massa favorables i partidistes, la influència dels anteriors Jocs Olímpics sobre el «model Barcelona». Des de feia molt anys les cerimònies s'estructuraven en tres parts principals: una introducció, amb la presentació del país i de la cultura de la seu; una celebració dels rituals olímpics, i una celebració final expressada des de les formes culturals de la seu. Aquest model no és barceloní, sinó que és històric. El que aporta de nou Barcelona és la unificació d'aquests espectacles i rituals en un escenari únic: l'estadi cobert amb una gran catifa de color blau mediterrani. Per això, quan vam entrar a l'estadi d'Atlanta, també amb un fons blau, vam recordar immediatament l'estadi a Barcelona. A Sidney es va canviar el color blau per una gran superfície que representava la terra d'acollida de la història australiana, però també es podia recordar l'aposta de Barcelona per crear un gran escenari, un plató monumental dins de l'estadi.

El conjunt de representacions (Hèrcules, el Cant de la Senyera, els tambors de Calanda, Cristina Hoyos a cavall, etc.) són expressions consensuades de la cultura de la seu olímpica i, en aquest sentit, no m'han semblat mai justificades les interpretacions de superioritat cultural del «model Barcelona» respecte a les cerimònies posteriors.

Les cerimònies de Barcelona, continuadores de les de Los Angeles'84 i de Seül'88, i distanciades de la formalitat naïf de les cerimònies de Moscou'80 (centenars d'òssos *Misha* dansant), també van aportar novetats importants al tractament específic dels rituals olímpics, en la línia de fer-los més espectaculars i més televisius. Tres exemples: l'encesa de la torxa amb una fletxa, la cobertura de tots els atletes amb una gran bandera olímpica i l'entrada de banderes en representació dels Jocs Olímpics anteriors i d'una bandera amb un colom de la pau per representar els Jocs cancel·lats amb motiu de la guerra. Les cerimònies, amb la nova influència de la televisió, però també amb les noves circumstàncies de la cultura moderna (global-local), s'han anat consolidant com el principal

actiu simbòlic i cultural dels Jocs Olímpics, l'objecte central de la política cultural de la seu olímpica, com va passar a Barcelona i, posteriorment, a Atlanta i Sidney.

2.2. Disseny, logotip i mascota en la promoció i la identitat de Barcelona'92⁷

La política d'imatge dels Jocs Olímpics té la seva primera prova amb l'elecció de la mascota i el símbol de l'Olimpíada. En el cas de Barcelona'92, aquesta decisió havia de tenir una significació especial, donat el valor que el disseny havia adquirit a Catalunya com a expressió d'afirmació i d'identitat.

El disseny industrial i gràfic, i en general l'art, significaven una opció per a la modernitat i una reivindicació del passat avantguardista de la nostra cultura. Les relacions entre modernisme i nacionalisme català (Gaudí, Domènech i Montaner, Puig i Cadafalch) eren un exemple de la creativitat catalana i també un exemple de voluntat de modernització, diferenciadora del tancament cultural peninsular. El disseny, doncs, era un referent perfecte com a argument d'autoafirmació (sobretot de les elits urbanes) i com a promoció internacional de la ciutat.

Per això, no pot estranyar-nos que les primeres decisions de disseny dels símbols olímpics fossin objecte de fortes polèmiques i marquessin la futura orientació de la resta de decisions relatives al model cultural dels Jocs.

Les opcions avantguardistes del disseny català van deixar sentir la seva influència en les primeres decisions d'imatge corporativa. Puc donar fe, com a membre que vaig ser del jurat que va escollir el símbol i la mascota de Barcelona'92, de la incredulitat d'alguns representants polítics que formaven part d'aquell jurat, respecte a la idoneïtat de les propostes finalment aprovades, molt especialment de la mascota *Cobi*.

El *Cobi* de Mariscal, no sense polèmica, va ser, finalment, el resultat d'una primera experiència de consens en la producció simbòlica dels Jocs

7. Una referència més àmplia al disseny dels símbols olímpics pot trobar-se a Moragas, M. de (1992): *Los Juegos de la Comunicación. Las múltiples dimensiones comunicativas de los Juegos Olímpicos*. Madrid: Fundesco.

de Barcelona. La mascota de Barcelona'92 no podia ser com el *Naranjito* (Campionat del Món de Futbol a Espanya'82) ni una mascota a l'estil dels ninots de Walt Disney. Tampoc semblava adequada una reproducció figurativa del gos d'atura, un dels més populars a Catalunya.

El seu aspecte rupturista va despertar sorpreses i crítiques. Alguns representants es van sentir molt segurs de la seva capacitat com a crítics d'art en manifestar que es tractava d'una mascota «horrorosa». Però el *Cobi* va acabar imposant-se.

Finalment, el seu caràcter de signe obert li va permetre adaptar-se a les exigències d'un llarg procés de consum i de manipulació, i amb el pas del temps se li va anar reconeixent la virtut de ser, alhora, un disseny de qualitat (comercial) i avantguardista. El web d'un afeccionat particular⁸ dedicat a les mascotes olímpiques classificava el *Cobi* com «la pitjor mascota de la història». El web de l'associació de col·leccionistes olímpics reconeix que «*the Spaniards did not immediately take to Cobi, the surreal dog from the Summer Olympic Games of Barcelona. Cobi's popularity slowly grew and by the end of the Games he was loved universally by the Spanish and the rest of the world*».⁹

Aquest és l'encant del *Cobi*: haver sabut sobreviure en un mercat generalment dominat pel mal gust i haver optat per un disseny de qualitat i avantguardista, en clara ruptura amb el conformisme acrític de la cultura comercial fins aquell moment dominant en el món del patrocini esportiu i olímpic.

D'altra banda, el símbol de la seu, disseny de Josep Maria Trias, marcava igualment la línia de modernitat. Per primera vegada apareixia la reproducció simbòlica d'un cos humà en moviment (forma antropomòrfica). Altres connotacions (estil mironià, mediterraneïtat dels colors) van facilitar-ne una més ràpida acceptació general.

El disseny de Trias, seguint així la tradició iniciada per Otl Aicher als Jocs de Munic'72, havia d'actuar com element bàsic del conjunt de la identitat de Barcelona'92, i representava el punt de partida per al desenvolupament posterior de tot un conjunt d'intervencions en altres terrenys,

8. <http://www.geocities.com/colosseum/2563/>

9. http://www.collectors.olympic.org/e/fimo/fimo_mascots_e.html

com la senyalització, el *look*, la papereria, els cartells, la publicitat, etc.

En una de les darreres escenes de la cerimònia de clausura es veia el *Cobi* dins d'un vaixell de paper enlairant-se cap al cel i acomiadant-se. Amb aquell comiat s'acabava la vida del símbol i de la mascota de Barcelona'92. Sorprèn la ràpida desaparició d'aquells símbols de l'escena barcelonina, en part com a conseqüència del caràcter efímer de les instal·lacions de senyalització olímpica, però també, possiblement, per la necessitat d'oblir i de canvi de referents que es va produir a la ciutat immediatament després dels Jocs.

Al cap de 10 anys, només queda viu un símbol de Barcelona'92: el de la Fundació Barcelona Olímpica. Dels múltiples *Cobi* —si més no, a l'esfera pública— només n'ha sobreviscut un: el *Cobi Acadèmic* del Centre d'Estudis Olímpics de la UAB, precisament aquell a qui li va costar més néixer, quan era difícil explicar que la memòria acadèmica acabaria formant part de l'experiència històrica dels Jocs.

2.3. La cobertura periodística de l'esdeveniment

Un estudi de Muriel Ladrón de Guevara, Xavier Còller i Daniel Romani¹⁰ sobre la cobertura periodística dels Jocs de Barcelona va posar de manifest que les repercussions dels Jocs Olímpics a la premsa internacional s'acabaven centrant en un nombre finit i delimitat d'eixos temàtics.

Coincidint amb el que ja hem comentat respecte a la cobertura televisiva, una bona part d'aquesta selecció temàtica era «induïda» per la mateixa política informativa i cultural de la seu. Una altra part era el resultat del procés «d'interpretació» que fan els periodistes per aproximar l'esdeveniment a les experiències i expectatives dels seus lectors, d'acord amb les rutines culturals de producció de cada mitjà.

Un exemple paradigmàtic d'aquest procés de reducció del camp semàntic de la interpretació olímpica, que inicialment es podria suposar infinit, el trobem en la selecció d'imatges dels llibres de fotografies que

10. Ladrón de Guevara, M.; X. Còller i D. Romani (1995): «La imatge de Barcelona'92 a la premsa internacional», a M. de Moragas i M. Botella (eds.): *Les claus de l'èxit*. Barcelona: UAB.

es publiquen a diferents països després dels Jocs. Sorprenen enormement la unanimitat en la selecció, entre centenars de milers de fotografies, d'unes poques que acabaran sent emblemàtiques de cada Olimpíada. A Barcelona, per exemple, les imatges de l'arquer, de la nedadora saltant del trampolí a la piscina de Montjuïc, del ballarí folklòric de les Rambles, dels ciutadans i voluntaris a les fonts de Montjuïc, de Pasqual Maragall saltant amb el seu tabard, etc.

Aquesta uniformitat i reducció selectiva ja es posa de manifest en la selecció de les fonts informatives. A Barcelona'92, els periodistes internacionals volien tancar els seus reportatges amb el testimoni directe, si no l'entrevista, dels personatges periodísticament més emblemàtics: Samaranch, Maragall, Pujol, Abad, però també Mariscal, Bohigas, Mendoza, Vázquez Montalbán i un curt etcètera.

2.3.1. La temàtica d'interès periodístic

La informació olímpica presenta dos grans vessants: la part més estrictament esportiva i la part dedicada a les qüestions de caràcter polític, cultural i social de la ciutat i del país amfitrió.

La informació esportiva cada vegada se centra més en les activitats —i les medalles— dels atletes del propi país, deixant de banda la participació i els èxits dels «altres» atletes. L'interès pel que fan els «altres» se centra així, cada vegada més, en les «peculiaritats» del país organitzador, al qual se sotmet a un exhaustiu examen o avaluació de qualitat.

Les exigències de la premsa internacional es concreten en una sèrie, també limitada, de factors clau: la qualitat i eficàcia de l'organització, especialment el transport, però també de les instal·lacions i serveis; la seguretat; el medi ambient; els efectes dels Jocs sobre la renovació urbana; la tecnologia utilitzada; l'economia dels Jocs, etc.

Però a banda d'aquestes qüestions més tangibles, les informacions periodístiques sobre els Jocs Olímpics cada vegada valoren més la qualitat de la participació ciutadana, popular, en l'esdeveniment. L'ambient que es respira a la ciutat i a les instal·lacions i el tracte que reben els periodistes per part dels voluntaris, constituïran un aspecte clau de l'avaluació final dels mitjans de comunicació.

Una anàlisi de la cobertura periodística dels Jocs Olímpics no es pot

referir només a la informació durant els Jocs, sinó més aviat a la informació que genera el conjunt de l'Olimpíada. Els Jocs de Barcelona van determinar un llarg període d'exposició de Barcelona i Catalunya a la premsa mundial, sobretot a la premsa de referència. Dos temes van centrar aquesta atenció: d'una banda, la personalitat de Catalunya dins de l'Espanya moderna. L'esmentat estudi de Muriel Ladrón de Guevara, que cita articles d'*International Herald Tribune*, *Libération*, *The European*, entre d'altres, sintetitza aquesta informació dient que «la imatge global de Catalunya és la d'una realitat diferenciada de la resta de comunitats d'Espanya i d'Europa, i amb un fort desig de fer notar aquestes diferències aprofitant la repercussió internacional dels Jocs [...] i com una cultura que havia sabut recuperar-se ràpidament de la repressió franquista».¹¹

D'altra banda, l'atenció informativa de la premsa internacional també es va centrar en la renovació urbana de Barcelona i en la seva capacitat de saber aprofitar les necessitats olímpiques per realitzar una reforma urbana a gran escala. Muriel Ladrón de Guevara¹² destaca, en aquest sentit, diversos exemples representatius: segons *The Washington Post*, «la primera medalla dels Jocs Olímpics era una nova ciutat». *The Guardian*, sota el títol «Homenatge a la planificació catalana», afirmava que «la Barcelona olímpica era, potser, l'únic gran esdeveniment en la història de la planificació des de la postguerra, escala d'una ciutat».

Els esforços de la ciutadania s'havien convertit en símbols promocionals de la ciutat i del país.

2.4. L'Olimpíada Cultural i la política cultural

La candidatura de Barcelona havia proposat un programa cultural de gran abast que consistia a organitzar una «Olimpíada Cultural», de quatre anys de durada, que estendria les seves activitats des de la recepció de la bandera olímpica a Seül (1988) fins al seu lliurament a Atlanta en la cerimònia de clausura de Montjuïc (1992).

Aquest projecte tan ambiciós, que finalment es va veure notablement

11. Ladrón de Guevara, M. *et al.* Obra citada, pàgina 107.

12. *Ibidem*.

frustrat, representava una tercera gran etapa en la història del programa cultural dels Jocs Olímpics. Després d'una conferència celebrada a la Comédie Française de París, l'any 1906, Pierre de Coubertin va proposar organitzar una sèrie de concursos i de competicions artístiques durant els Jocs Olímpics, que s'havien de denominar «Pentathlon des Muses» (escultura, pintura, literatura, arquitectura, música). Aquest projecte, que no va iniciar-se fins als Jocs d'Estocolm de l'any 1912, va tenir un desenvolupament irregular i contradictori. Una segona gran etapa del programa cultural olímpic es va iniciar a Melbourne'52, quan les activitats culturals olímpiques van deixar definitivament la forma de competició per començar a prendre la forma d'exhibició o de festival.¹³

El model de Barcelona'92, que després van seguir Atlanta i Sidney, ampliava el període de les activitats culturals als quatre anys de l'Olimpiada. Però aquestes experiències, més que afegir o incorporar nous continguts a les polítiques culturals olímpiques, es van limitar a aprofitar «l'oportunitat olímpica» per donar una nova marca a la política cultural de la ciutat. Tal com si es volgués traslladar l'experiència urbanística a l'experiència cultural, i aprofitar els Jocs per canviar la seva política cultural.

Així, des de Barcelona'92 i fins ara, les olimpíades culturals no han estat altra cosa que una marca, conjuntural, que s'ha pogut associar al programa anual de les activitats culturals de la ciutat que organitza els Jocs.

D'altra banda, el temps i l'experiència també han posat en evidència les dificultats d'un projecte de quatre anys i, en canvi, la forta demanda d'activitats culturals centrades en els moments estel·lars de la celebració dels Jocs: des de l'encesa de la torxa a Olímpia fins a l'extinció de la flama en la cerimònia de clausura.

Però més que això, el temps ha demostrat que les darreres olimpíades culturals pateixen una contradicció principal: la de no considerar adequadament els mateixos Jocs Olímpics com una activitat cultural. Sorprenen en gran manera la ignorància de les successives olimpíades culturals respecte al fenomen olímpic i de l'esport. A Barcelona, es va organitzar

13. Per a una ampliació d'aquest tema, vegeu García, B. (2001): «El concepto de programa cultural olímpico: orígenes, evolución y proyección», a *Lecciones básicas*, Centre d'Estudis Olímpics, UAB.

una primera activitat relacionada amb l'esport, l'exposició «Planeta Esport», l'any 1989, però ben poques activitats rellevants relacionades estrictament amb l'olimpisme.

La vertadera olimpíada cultural de Barcelona'92 no es va desenvolupar dins de l'Olimpíada Cultural, sinó que ho va fer dins del que aquí anomenem «programa de producció simbòlica dels Jocs». Aquesta posició, que defenso des de 1987,¹⁴ l'he vista confirmada en les experiències posteriors d'Atlanta i de Sidney. El nou model d'Olimpíada Cultural, el de quatre anys de durada, ha aconseguit aportar ben poc d'específic a la política cultural del moviment olímpic i, amb prou feines, ha contribuït a renovar les polítiques culturals de les ciutats olímpiques.

Pasqual Maragall, alcalde de Barcelona i president del Comitè Organitzador, a la roda de premsa de presentació de l'Olimpíada Cultural, l'any 1988, la va definir com «un estímul, des dels ideals de pau, diàleg i fraternitat olímpics, per a la creativitat artística i cultural, i també per a la construcció de plataformes de diàleg i intercanvi cultural universals».

El programa de l'Olimpíada Cultural (OCSA) —amb una organització separada del Comitè Organitzador (COOB)— no va respondre finalment a aquesta filosofia. La idea de «construcció de plataformes de diàleg i intercanvi cultural universals» es va fer fora de l'Olimpíada Cultural: dins de l'Estadi, a la desfilada de les nacions, al carrer amb la torxa, en la relació entre els atletes i el públic, als Jocs Paralímpics, etc.

Uns anys després dels Jocs Olímpics, i crec que com a conseqüència d'aquelles primeres idees, va sorgir la proposta d'organitzar a Barcelona el Fòrum Universal de les Cultures 2004, una plataforma de diàleg intercultural a escala mundial, mirant de fer explícitament el que els Jocs Olímpics

14. Moragas, M. de (1987): «Local Culture and International Audience», a Kang Shin Pyo: *First International Conference on the Olympics and the East/West and South/North Cultural Exchanges in the World System*. Seül.

Moragas, M. de (1991): «Comunicació i Cultura, un únic projecte: Barcelona'92», a *Olympic Games, media and cultural exchanges: the experience of the last four summer Olympic Games*, International Symposium, Barcelona, abril de 1991. Bellaterra: Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport, UAB.

Moragas, M. de (1992), *Cultura, Símbols i Jocs Olímpics*, Centre d'Investigació de la Comunicació, Generalitat de Catalunya.

pics havien fet implícitament (vegeu el capítol «El Fòrum Universal de les Cultures, la darrera herència dels Jocs», de Miquel Botella, en aquest mateix llibre).

3. La cadena simbòlica: la imatge de Barcelona'92 entre Seül, Atlanta i Sidney

3.1. La imatge de Barcelona'92 es reinterpreta a Atlanta

Ja hem indicat que, deu anys després dels Jocs, caldria fer una relectura, més autocrítica, de la relació de Barcelona amb el conjunt del moviment olímpic, i que la indiscutible projecció del «model Barcelona» en la història olímpica s'hauria de completar amb el reconeixement de la influència que van tenir nombroses experiències de la tradició olímpica en aquest model.

Contràriament, les interpretacions —sovint apologètiques— dels Jocs de Barcelona han tendit a ignorar o a minimitzar les fites assolides pels Jocs anteriors, especialment les de les edicions de 1984 i 1988, a Los Angeles i Seül, edicions que van transformar els Jocs en el que ara s'anomena «grans esdeveniments» (*mega event*), amb un nou impacte mediàtic i de patrocini (Los Angeles) i amb una gran implicació econòmica, política i social (Seül).

Barcelona va saber apropiarse dels Jocs, tot creant sinergies entre la renovació de la ciutat i l'esdeveniment, i va saber aprofitar l'experiència dels antecessors per portar els Jocs a la seva màxima expressió, com a «gran esdeveniment mundial de l'època moderna».

Els Jocs de Barcelona van ser reconeguts de manera unànime i immediata com un gran èxit (els millors Jocs de la història olímpica). Però aquesta idea d'èxit, dins i fora de Catalunya, es va veure reforçada per la comparació amb l'organització dels Jocs d'Atlanta, l'any 1996: no es pot negar que les nombroses crítiques de la premsa internacional a l'organització dels Jocs de 1996 van actuar, de retruc, com a reforç de la imatge dels Jocs de 1992. Però també hem d'assenyalar que aquestes crítiques van tenir més ressò a la premsa de Barcelona que al conjunt de la premsa internacional. Les crítiques a Atlanta —més destacades als titulars de la premsa barcelonina— van reforçar l'opinió favorable a l'experiència olímpica de 1992. Aquests són alguns exemples de titulars i comentaris:

Barcelona i Atlanta

«Tinc la sensació que des de Barcelona ja havíem decidit que els Jocs Olímpics d'Atlanta no anirien gaire bé fins i tot des d'abans que comencessin. És una reacció molt humana: sempre tendim a pensar que els que ens succeeixen ho faran pitjor que nosaltres. I de vegades resulta que és veritat» (Vicenç Villatoro a *Avui*, 31 de juliol de 1996).

Nostalgia de Barcelona'92

«*No son los Juegos del Centenario. Son los Juegos del Caos o en más americano los Crash Games*» (*El País*, 25 de juliol de 1996).

Homenaje encubierto a Barcelona'92

«*La organización, más bien caótica, nada tuvo que ver con la de hace cuatro años*» (*La Vanguardia*, 21 de juliol de 1996).

Atlanta se pone a rueda de Montjuïc

«*La ceremonia inaugural tuvo mucha similitud con la de hace cuatro años*» (*La Vanguardia*, 21 de juliol de 1996).

La magia de Barcelona ensombrece a Atlanta

«*La ceremonia de apertura recordó en muchos aspectos a la celebrada en Montjuïc*» (*El Periódico*, 21 de juliol de 1996).

Añoran Barcelona

«*Los problemas de organización marcan los Juegos Olímpicos de Atlanta*» (*El Periódico*, 22 de juliol de 1996).

Atlanta'96 no pudo con Barcelona'92

«*Los Juegos Olímpicos del Centenario se clausuraron con una animada fiesta de música sureña, después de que el presidente del COI, Juan Antonio Samaranch, los calificara diplomáticamente de «extraordinarios». Sin embargo, la prensa internacional ha despedido Atlanta con un recuerdo nostálgico hacia la organización de Barcelona'92, como también lo han hecho muchos comités olímpicos nacionales. El futuro es ahora Sidney'2000 y sus organi-*

zadores han anunciado que el punto de referencia sigue siendo Barcelona» (La Vanguardia, 6 d'agost de 1996).

Barcelona es sinónimo de medalla de oro

«La deficiente organización de Atlanta'96 ha revalorizado el carácter «maravilloso» de los Juegos de 1992» (La Vanguardia, 5 d'agost de 1996).

3.2. La celebració dels aniversaris: les fluctuacions de la memòria

L'herència dels símbols també es posa de manifest quan analitzem les formes de celebració dels aniversaris successius.

El primer aniversari dels Jocs, l'any 1993, es va celebrar amb nombroses activitats institucionals i una notable atenció mediàtica. Els diaris de Barcelona (*El País, La Vanguardia, El Periódico, Avui*) van dedicar una àmplia cobertura a la commemoració d'aquest primer aniversari: portades amb muntatges fotogràfics especials, editorials, articles dels directors, reportatges, enquestes a personalitats i una àmplia evocació dels actes de celebració oficial.

Les institucions locals i olímpiques van organitzar un programa variat que incloïa la constitució de la Fundació Barcelona Olímpica i la inauguració de la seva Galeria Olímpica,¹⁵ la presentació del film oficial dels Jocs, *Marathon*, al Palau Sant Jordi, l'enllumenat del peveter i una festa final de música i focs artificials. Aquestes activitats es van completar, un dia més tard, amb una roda de premsa de l'alcalde Pasqual Maragall per oferir la seva visió de futur de la ciutat («*Maragall pide al Gobierno más inversiones para hacer de Barcelona la puerta sur de Europa*», *El País*, 26 de juliol de 1993).

Els comentaris periodístics i les manifestacions polítiques ja plantegen, de manera oberta, el conflicte que afronta la ciutat, entre la nostàlgia del passat i la necessitat de trobar nous objectius. («*Barcelona viu l'any postolímpic entre la tenalla de la crisi i els projectes de futur*», *Avui*, 25 de juliol de 1993; «*El agridulce despertar del sueño olímpico*», *El País*, 25 de juliol de 1993.)

15. Des d'aquella data, la Galeria Olímpica ha rebut prop de 50 000 visites anuals i constitueix el referent simbòlic principal (juntament amb l'Estadi) de la memòria dels Jocs.

La nostàlgia es va transformant en incomoditat i oblit en els anys 1994 i 1995, quan sembla com si la societat barcelonina volgués «canviar de tema». Parlar dels Jocs va esdevenir quasi «políticament incorrecte». El segon i tercer aniversari, 1994 i 1995, passa sense pena ni glòria. Només un grup d'exvoluntaris es reuneixen a les deu menys dos minuts del vespre del dia 25 de juliol per obrir unes ampolles de xampany i brindar pels bons records. Les referències periodístiques són imperceptibles i els actes oficials, inexistent.

Són una excepció la continuïtat de les activitats acadèmiques del Centre d'Estudis Olímpics de la UAB, que entre 1994 i 1995 edita el llibre *Les claus de l'èxit*, posa en línia el seu primer web, signa amb el Comitè Internacional Olímpic el conveni de la primera Càtedra Universitària d'Estudis Olímpics del món i organitza el primer simposi internacional sobre cerimònies olímpiques (vegeu, en aquest mateix llibre, el capítol signat per Berta Cerezuela).

Però la celebració de l'aniversari dels Jocs experimenta una sorprenent revifada pública, mediàtica i institucional, coincidint amb la cloenda dels Jocs d'Atlanta, l'any 1996, quan «Atlanta fa encara millors els Jocs de Barcelona» (*Avui*, 25 de juliol de 1996).

L'any 1996, Barcelona recupera el ritual olímpic de l'encesa del pevetter a l'Estadi, i els Jocs de 1992 tornen a ser objecte de l'atenció periodística.

Un fet especialment significatiu d'aquesta recuperació és la celebració commemorativa —per primera vegada a la història olímpica— del desè aniversari del nomenament de Barcelona com a ciutat seu. El dia 16 d'octubre de 1996, en el context de les crítiques a l'organització d'Atlanta, l'Ajuntament de Barcelona organitza una gran festa popular, un espectacle piromusical de 40 minuts de durada, a la qual assisteixen unes 180.000 persones i es consumeixen 5 000 quilos de pirotècnia. Segons *El Periódico*, patrocinador de la festa, Barcelona rememora l'apoteosi olímpica. Els Jocs de Barcelona tornaven així, amb gran relleu, a la primera pàgina de la premsa local.

Els anys posteriors, fins arribar a la previsible celebració del desè aniversari, es torna a la celebració discreta. El juliol de 1998 s'organitza un gran míting atlètic internacional a Montjuïc, però les fotos periodís-

tiques mostren les grades de l'Estadi buides, fet que evidencia les dificultats per reconstruir, més enllà de la memòria i del simbolisme, els aniversaris dels Jocs.

3.3. «The best Games ever»

L'avaluació dels Jocs per part dels mitjans de comunicació de masses segueix un guió cada vegada més definit i centrat en una sèrie de punts que es van reiterant. Entre aquests punts, podem destacar els següents:

- Les condicions de seguretat.
- El transport i la puntualitat.
- Els recursos humans i la conducta dels voluntaris.
- Les infraestructures generals.
- Les condicions de les instal·lacions.
- L'espectacularitat de les cerimònies.
- En general, la participació festiva dels ciutadans en els esdeveniments.

Però la valoració dels Jocs va trobar un moment de reconeixement especial —de gran transcendència periodística i emocional— en les diferents fórmules de valoració final que va anar utilitzant el president Samaranch en els seus discursos de clausura.

A Seül, el president, en nom del CIO, oferia als coreans *«our deepest gratitude. I thank the competitors, officials, spectators, the media and all those who have contributed to the success of these Games»*.¹⁶

Als Jocs de Barcelona'92, en canvi, el president va pronunciar una frase que portava els elogis al límit: «Ho heu aconseguit. Aquests han estat, sense cap mena de dubte, els millors Jocs de la història olímpica».

Aquesta frase va acompanyada de tots els èmfasis retòrics: s'inicia amb una expressió de complicitat (*ho heu aconseguit*), es reforça amb una afirmació de garantia (*sense cap mena de dubte*) i s'emfatitza amb una referència solemne (*de la història olímpica*).

Aquest elogi «al límit» es va repetir a la cerimònia de clausura de Sidney: *«They could not have been better. Therefore, I am proud and happy*

16. SOOC (1989): *Games of the 24th Olympiad. Seoul 1998*. Seül: Korea Textbook, pàgina 374.

to proclaim that you have presented to the world the best Olympic Games ever».

Aquests elogis, en canvi, no es van produir en el cas dels Jocs d'Atlanta. Al discurs de cloenda, el president del CIO es va limitar a afirmar que aquells Jocs havien estat *most exceptional*.

Aquesta expressió (qualificada de «diplomàtica» a Barcelona)¹⁷ va ser objecte de dures crítiques de la premsa de l'Estat de Georgia. Aquella valoració contrastava amb les expectatives dels organitzadors i àdhuc del mateix govern que, uns mesos abans, en la persona del seu vicepresident Al Gore, s'havia pronunciat de la manera següent:¹⁸ *«In the same way, the gigantic task of putting on the Olympic Games requires that all do their part. The Atlanta Committee for the Olympic Games is doing its part. The state of Georgia is doing its part. The city of Atlanta is doing its part. The Federal Government must do its part, too, especially if we want to assure that these Centennial Games are the most successful ever [...] Spurred on by President Clinton's leadership, we pledge to do our job to make sure that the world sees the best Games ever».*

La importància mediàtica d'aquesta qualificació del president del CIO queda reflectida en els comentaris de les televisions a la cerimònia de clausura. Vegem-ne alguns exemples:

«Y aquí en Sidney existe hoy una gran inquietud por saber si Samaranch proclamará, cosa que no hizo por ejemplo en Atlanta hace cuatro años, a estos juegos como los mejores de la historia Olímpica» (TVE a Sidney 2000).

«This is going to be a giant celebration tonight, because the games have been a giant success, there is no doubt about that. Regardless of what Juan Antonio Samaranch might say later, I think Australians know that they have done the job here and they have done it proudly» (Chanel 7, Austràlia, a Sidney 2000).

«Aquestes són les famoses paraules que s'esperaven a Atlanta, i que mai no van ser pronunciades exactament d'aquesta manera. Joan Antoni Samaranch diu que aquí (Sidney) es tracta dels millors Jocs Olímpics».

17. «Atlanta'96 no pudo con Barcelona'92», a *La Vanguardia*, 6 d'agost de 1996.

18. Al Gore: «*Doing Our Share: The Federal Government And The Summer Games*», conferència de premsa a Washington, 14 de maig de 1996.

pics de tots els temps pel que fa a l'organització, la qual cosa provoca una tumultuosa ovació i una tempesta de crits entre el públic format per uns 110 000 espectadors» (Televisió de Finlàndia a Sidney 2000).

Però la imatge de Barcelona no es veu, finalment, afectada pel reconeixement de l'èxit dels Jocs de Sidney:

«*Here is the great term that Australians waited for. And they did the best possible to satisfy the athletic Olympic family. That's why Juan Antonio Samaranch, surpassed himself today, because Barcelona, he remains Catalanian in his heart and since now thus was the best organization of the Olympic Games*» (ERT, Grècia, a Sidney 2000).

«*Y probablemente Samaranch reconocerá este mérito y dentro de prácticamente una hora proclamará estos Juegos como los más grandes de la historia... Sí, incluso eso nos recuerda también a los Juegos del 92 [...] cuando Barcelona fue una de las grandes victoriosas de aquellos Juegos inolvidables, y en esta ocasión también ha sido Sidney, porque tiene Sidney argumentos más que suficientes para captar la atención de todo el turista y quedarse realmente entusiasmado*» (Televisión Española a Sidney 2000).

La frase conclusiva del president —*the best Games ever*— ha acabat actuant com a potent semantitzador de l'opinió general dels Jocs. És possible que, en el futur, aquesta fórmula no es repeteixi i se'n busquin d'altres més sostenibles o compatibles amb la diplomàcia olímpica.

4. L'any 1992: un bon moment per organitzar els Jocs

Des de l'any 1992, el context dels Jocs Olímpics ha canviat de manera molt notable, especialment en tres dels seus aspectes clau: l'esport de competició, la comunicació i la mundialització.

Pel que fa a la comunicació n'hi ha prou de recordar que a Barcelona'92 no existia Internet —si més no, com a tecnologia d'ús generalitzat. Avui, deu anys més tard, sembla impossible organitzar un gran esdeveniment, i fins hi tot un petit esdeveniment, sense el suport i la dinàmica que permet la xarxa de xarxes que és Internet.

Els Jocs Olímpics de 1992 podran passar a la història de la comunicació com els últims Jocs de l'*era broadcasting*. Atlanta'96 ja comença, amb

nombroses contradiccions i limitacions, l'*era Internet*.¹⁹ Els Jocs de Barcelona van ser universals sobretot gràcies al desenvolupament de la televisió i de les tecnologies de difusió via satèl·lit.

La novetat d'Internet, però, va acabar produint més desavantatges que avantatges als organitzadors, ja que les imprevisions en la planificació i la insuficiència de les proves pilot van acabar provocant múltiples errors en el sistema informàtic dels Jocs d'Atlanta.

Barcelona, en canvi, amb una tecnologia informàtica i de comunicacions més sòbria i més segura, menys experimental, va assegurar la màxima rendibilitat possible, sense innovacions però també sense errors, d'acord amb les previsions establertes en el programa BIT'92.²⁰

Tot això és va acabar convertint en una qüestió simbòlica i d'imatge. Els errors informàtics d'Atlanta van significar múltiples crítiques de la premsa mundial als organitzadors i a IBM.²¹

La conjuntura tecnològica va ser favorable a l'èxit de Barcelona'92. Els darrers Jocs de l'*era broadcasting* es van estalviar els riscos d'una innovació (Internet) encara no prou experimentada, i van aconseguir una audiència simultània a les televisions mundials sense precedents i sense possible repetició, abans de la fragmentació d'audiències característica de la digitalització.

Però no és només la conjuntura tecnològica la que va ser favorable a Barcelona'92, sinó també la conjuntura mundial, tant des del punt de vista polític com des del punt de vista cultural. Els Jocs de 1992 van aconseguir una participació sense precedents, ja tancat el capítol de la guerra freda i l'etapa dels boicots.

Barcelona'92 va coincidir, econòmicament i cultural, amb una pri-

19. Podem recordar, per exemple, que el primer web del Comitè Internacional Olímpic és de l'any 1995, i que es va renovar l'any 1996 amb motiu de la preparació més immediata dels Jocs d'Atlanta. També podem recordar que l'única tecnologia telemàtica disponible a Barcelona'92 era la del videotext, mentre que a Atlanta, el Comitè d'Organització ja disposava d'un web (<http://www.atlanta.olympic.org>), que va rebre uns 11 milions de visites diàries i un total de 185 milions de visites durant els 16 dies dels Jocs.

20. «Plan BIT'92 de planificación de las inversiones en materia de industria electrónica, informática y telecomunicaciones», resumit a Moragas, M. de (1992): *Los Juegos de la Comunicación*. Madrid: Fundesco.

21. «What really Happened?», *The IBM Employee Magazine*, núm. 1, 1996.

mera etapa del que avui es coneix com a globalització, una globalització que amb el pas dels anys ha anat demostrant els seus aspectes negatius de desequilibri i d'insostenibilitat. Barcelona'92 viu sense conflictes ni controvèrsies significatives la presència manifesta de les grans multinacionals (*TOP sponsors*), en una etapa que podríem qualificar d'*eufòria dels logos*, i no com ara, que vivim una etapa explícitament crítica (*no-logo*) respecte a la presència simbòlica de les grans multinacionals en l'escenari cultural.

Paral·lelament, i pocs anys després dels Jocs de Barcelona, s'han produït canvis importants en la indústria mundial de l'esport i en l'organització del moviment olímpic internacional, que ha hagut d'afrontar una crisi important i accelerar la seva renovació.

Barcelona va tenir la fortuna d'acollir els Jocs en un dels millors moments de la història olímpica. Però el moviment olímpic també es va poder beneficiar d'arribar a Barcelona en un dels millors moments de la seva història, quan la ciutat se sentia plenament compromesa «davant de tot el món» a donar proves de la seva capacitat i identitat.

Barcelona, deu anys més tard, es continua beneficiant dels canvis estructurals (urbanístics) dels Jocs, però també es continua beneficiant de la seva herència simbòlica (immaterial), encara no del tot construïda. El repte del Fòrum Universal de les Cultures Barcelona 2004 sembla, cada vegada més, un fruit d'aquesta herència, la dels símbols, sense concloure.