

Las ceremonias olímpicas de Barcelona'92: el gran bufete de las imágenes mediáticas

Núria García

Profesora titular del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I (UAB)

Introducción

Las ceremonias olímpicas constituyen uno de los mejores escenarios de la realidad comunicativa para entender cómo son representadas las culturas de los demás y la propia. La realidad sociológica es una y, además, única, estando presente en ella en todo momento la diversidad cultural y de identidades. Los medios de comunicación reflejan importantes y numerosos acontecimientos internacionales, desde una cumbre europea, centroamericana, latinoamericana o africana hasta un conflicto bélico —local o no, que acaba siendo global, y viceversa—, un foro de temática cultural, una reunión de la ONU con representación de sus países miembros o un festival de música internacional. Pero el deporte ha sido probablemente el ámbito que ha logrado reunir a personas procedentes de un mayor número de comunidades. Estamos habituados a retransmisiones deportivas protagonizadas por deportistas que representan, en ocasiones, a dos territorios, como la final de la Champions 2009 en Roma, y otras veces a múltiples países, como es el caso de los grandes premios de automovilismo o los campeonatos europeos de atletismo, entre otros.

Los Juegos Olímpicos constituyen seguramente la competición deportiva que reúne a un mayor número de hombres y mujeres, especialmente hombres (Hogan 2003), procedentes de contextos socioculturales diversos. En los Juegos de Los Ángeles 1984 desfilaron 140 delegaciones; en Atlanta 1996, 197; en Atenas 2004 participaron 202 países, y en Pekín 2008, 203. Es precisamente esa participación plural la que hace que las Olimpiadas, además de constituir uno de los principales acontecimientos de la competición deportiva de élite, se conviertan en un extraordinario escaparate, en muchos casos irrepetibles, de representación de identidades y culturas ante una mirada local, del territorio que organiza las Olimpiadas, y otra internacional.

En dicho contexto, las ceremonias inaugurales y de clausura son escenarios por donde se pasean estereotipos, símbolos, discursos, estrategias y otros elementos y fundamentos culturales mediáticos a partir de una doble dimensión. La primera, ideada, articulada y representada por el país organizador en sus ceremonias y retransmitida a través de una señal internacional que ofrece la televisión; y la segunda, hace referencia al significado que tiene para otras culturas que intentan explicar a su comunidad qué pasa y, en algunas ocasiones, por qué pasa.

Los Juegos Olímpicos se configuran como espectáculo televisivo, objeto de estudio imprescindible para entender los procesos de comunicación definidos como globales, tanto para los propios protagonistas de unas Olimpiadas como por el papel de la televisión.

Televisión y Juegos Olímpicos

Este fenómeno es el eje central de la investigación *Global Television and the Olympic Games. The Experience of Barcelona '92*,¹⁶ dirigida desde el Centro de Estudios Olímpicos por su director, el catedrático Miquel de Moragas, por la Dra. Nancy K. Rivenburgh de la Universidad de Washington en Seattle y por el Dr. James F. Larson de la Universidad de Singapur. Su principal objetivo fue analizar el papel de la televisión internacional en los Juegos Olímpicos de Barcelona'92 a partir del estudio de su planificación, producción, contenidos y recepción. Entre los temas más significativos del estudio destacan los siguientes: el papel de la televisión en la evolución del propio Movimiento Olímpico moderno, la representación de las naciones en el espectáculo televisivo, las implicaciones de los derechos de televisión y los patrocinadores en la organización y contenidos del discurso televisivo, la recepción internacional y local del acontecimiento, las transformaciones derivadas de la innovación que han supuesto las tecnologías de la información y la comunicación, y las relaciones entre televisión, deporte y cultura a partir de la experiencia de los Juegos de Barcelona. La complejidad y dimensión de este ambicioso proyecto pudieron ser desarrolladas gracias a una extraordinaria y entrañable colaboración internacional de numerosos investigadores e investigadoras de veintiséis países (ver tabla 1).

Tabla 1: Equipo de investigación

Equipo de Investigación principal

- **Del Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport:** Núria García, Marc Carroggio, Maria Gutiérrez, Muriel Ladrón de Guevara, Gemma Larregola, Nicolás Lorite, Montserrat Llinés, Susanna Ribas, Dolors Aparicio, Carmen Gómez Mont (*Universidad Iberoamericana -México*) y Sonia Muñoz (*Universidad del Valle - Colombia*).
- **De la Universidad de Washington:** Kerry Carnahan

Corresponsales de investigación internacional

- **Japón:** Nobuko Kosaka, Hiroshi Matsuyama (*Yomiuri Telecasting Corp*), Andrew Painter.
- **China:** Li Liangrong (*Fudan University*), Kong Xiang-an (*Tianjin Institute of Physical Education*).
- **Corea:** Park Heung Soo (*Yonsei University*), Kang tae-Young (*KBS broadcast Research Institute*).
- **Singapur:** Duncan Holaday, Eugenia Peck (*National University of Singapur*).
- **Malasia:** Ramli Mohamed (*Universiti Sains Malaysia*).
- **Indonesia:** Naswill Idris (*The Indonesian Open Learning University*).
- **Francia:** Françoise Papa (*Université Stendhal*).
- **Alemania:** Claus Dieter Rath.
- **Reino Unido:** John Izod, Peter Meech, Tim Thornicroft con Richard Kilborn (*University of Stirling*).
- **Grecia:** Panayote E. Dimitras (*Communication and Political Research Society*).

16. Proyecto que ha constituido la motivación de la autora de este texto para trabajar la comunicación desde el ámbito de la investigación y la docencia.

- **Eslovenia:** Slavko Splichal with Sandra Basic y Breda Luthar (*University of Ljubljana*).
- **Estados Unidos:** Eric Rothen buhler (*University of Iowa*).
- **Canada:** Gaëtan Tremblay con M. St-Laurent (*Université du Québec à Montreal*).
- **Colombia:** Ramiro Arbeláez Ramos (*Universidad del Valle*).
- **México:** Carmen Gómez Mont con Lorena Martín del Campo, Vicente Arancon, Francisco Briseño y Pablo Herranz (*Universidad Iberoamericana*).
- **Brasil:** José Marques de Melo con Nanci Laura Loturco Pittelkow (*Universidad de São Paulo*).
- **Cuba:** Enrique González Manet (*Instituto Cubano de Radio y Televisión*).
- **Rumanía:** Peter Gross con Radu Cosarca y Cristian David (*California State University Chico*).
- **Rusia:** Yassen N. Zassoursky con Svetana Kolesnik y Andrei G. Ritcher (*Moscow University*).
- **Egipto:** Awatef Abd El-Rahman con Ashraf Abd El Mogeith, Fahima Ahmed Gouda, Hani Mohamed, Khalid Salah El Din y Mohamed Houssam El Din (*Cairo University*).
- **Camerún:** Francis Nguemnye Wete (*University of Yaounde*).
- **Ghana:** Kwame Karikari (*University of Ghana*).
- **Sudáfrica:** Arnold S. de Beer, Elanie Steyn (*University for Christian Higher Education, Potchefstroom*), Daan P. van Vuuren (*SABC*), Eric Louw con Nhalanhla Nkosi (*University of Natal*).
- **Australia:** John Langer (*Victoria University of Technology*).

Fuente: Moragas, Rivenburgh y Larson 1995, V-VIII.

La investigación contó con el apoyo de varias instituciones, como el Comité Internacional Olímpico (CIO), la Comisión de las Comunidades Europeas, el Museo Olímpico de Lausana, la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología (CICYT) de España, la Comisión Interdepartamental de Investigación e Innovación Tecnológica (CIRIT), el Comisionado para Actuaciones Exteriores de la Generalitat de Cataluña y la University of Washington Graduate School Foundation.

Uno de los temas centrales de la investigación fue el estudio de las imágenes presentadas por la televisión durante la retransmisión de las ceremonias inaugural y de clausura, fenómeno que centra el interés de este capítulo. La ceremonia inaugural de unos Juegos Olímpicos no tan solo trasciende a una audiencia que supera la de otros acontecimientos deportivos, pese a las diferencias horarias, sino que la presencia de los atletas y naciones participantes convierte a este acto en excepcional. Las ceremonias brindan una oportunidad a la ciudad y nación sede de presentar su identidad al mundo, como expresa Tomlinson (1996, 583): “Los Juegos Olímpicos de la era moderna, tanto en su calidad de producto como de impulsor de la globalización política, cultural y económica, ejemplifican las tensiones existentes entre la globalización y el localismo, y son terreno abonado para las articulaciones de identidad nacional”.

La estrategia comunicativa de las ceremonias olímpicas se articula tras precisar los elementos presenciales que identificarán a la cultura de la comunidad que organiza los Juegos mediante referentes políticos y sociales, así como a través de otros que

pueden proceder de entornos culturales más amplios, como en este caso la cultura mediterránea (Moragas 1993). La inauguración de los Juegos Olímpicos se produce precisamente en la ceremonia de apertura gestada como espectáculo televisivo. Y es en este punto donde los discursos audiovisuales de las televisiones se convierten en una pieza muy valiosa.

El conocimiento sobre la construcción de estereotipos y otras representaciones generadas por las industrias culturales centra una línea de investigación sustancial para los estudios de comunicación. Por la significación de dichos elementos, el proyecto *Global Television and the Olympic Games* diseñó su estrategia metodológica a partir de dos recursos clave:¹⁷ la información contextual sobre la estructura del sistema televisivo de la muestra y sobre las noticias generadas acerca de los Juegos de Barcelona'92 en varios países, y las distintas grabaciones de las ceremonias —de inauguración y clausura— de veintiséis países, como puede observarse en la tabla 2.

Tabla 2: Muestra de las ceremonias olímpicas de Barcelona 1992 analizadas

Alemania: ARD	Francia: TF1
Australia: Channel 7	Ghana: GBC-TV
Brasil: TV Globo y TV Bandeirantes	Grecia: ET1
Camerún: CRTV	Indonesia: TVRI
Canadá: TVA y CTV	Italia: Rai1 y Rai3
República Popular de China: CCTV	Japón: NHK
Colombia: Cadena A	Malasia: TV3
Corea: MBC	México: Canal 13
Cuba: Tele-Rebelde	Reino Unido: BBC
EE UU: NBC	Rumanía: RTV
Egipto: ERTU2	Rusia: Ostankino 1
Eslovenia: 2nd Channel	República de Singapur: SBC 12
España: TVE2 y Canal Olímpic (Cataluña)	Sudáfrica: SABC

Fuente: Moragas, Rivenburgh y Larson 1995

Todas las emisoras de televisión citadas fueron analizadas en atención a los siguientes aspectos: símbolos y valores olímpicos, informaciones sobre Barcelona y su cultura en el contexto más general, discursos sobre Cataluña, España y Europa, e informaciones sobre naciones participantes, sus atletas y los referentes culturales de sus países. Este análisis suponía una exploración previa que debía proporcionar una radiografía de los discursos verbales y visuales ofrecidos por cada una de las emisoras que componen la muestra, y una foto comparativa entre los contenidos retransmitidos por la Radio Televisión Olímpica (RTO) y los emitidos por la televisión del país analizado.

17. La estrategia metodológica fue presentada por la autora del presente capítulo en la ponencia *Metodología del análisis de contenido y de transcripción visual de las ceremonias olímpicas*, de las jornadas “La imagen de Barcelona’92 en las televisiones del mundo”, en el Colegio de Periodistas de Cataluña, el 28 de junio de 1993.

Obviamente, el trabajo significó el vaciado de las imágenes de las ceremonias olímpicas, con la descripción detallada del guión escénico o teatral, el minutaje de los planes ofrecidos por la RTO y el minutaje de los planes de la emisora analizada (incluyendo tipo de plano, sobreimpresiones y otros elementos infográficos), y la transcripción y traducción de los discursos de presentadores y comentaristas de las cadenas que integraban la muestra. La publicidad en la retransmisión de las ceremonias emitidas en los distintos países fue asimismo un importante elemento de análisis, puesto que permitía observar la presencia del discurso publicitario y las distintas formas y formatos de inserción publicitaria durante las ceremonias. Con este material se llevó a cabo un análisis de contenido para detectar las siguientes categorías temáticas: imágenes generadas sobre Cataluña, España y Europa; personajes de la vida social, política, cultural —u otros— presentes en los discursos visuales o sonoros de las televisiones; valoración de las televisiones en episodios específicos del guión teatral (como por ejemplo en relación con los *castellers*, el Mediterráneo, el CIO, los valores olímpicos o Europa), y el tratamiento audiovisual durante el desfile de todas las delegaciones olímpicas en el estadio (Moragas, Rivenburgh y Larson 1995). Precisamente esta parte del guión de las ceremonias olímpicas, el momento del desfile de las delegaciones, supone un gran bufete de estereotipos de las culturas representadas en las televisiones del mundo.

El entramado metodológico pretendió ser coherente con el objetivo de la investigación y permitió obtener resultados complementarios desde perspectivas cuantitativas y cualitativas en cuanto a construcción de identidades en relación con la cultura, la televisión y el deporte. De modo más específico en relación a de los primeros resultados del proyecto, cabe destacar varias publicaciones realizadas desde el Centro de Estudios Olímpicos sobre las imágenes de Barcelona, Cataluña, España y Europa en las ceremonias olímpicas de Barcelona'92, y la cultura mediterránea en los Juegos Olímpicos de Barcelona'92. Las aportaciones sobre la imagen de los tres territorios, Barcelona, Cataluña y España, son tratadas a partir de cuatro factores: la interpretación internacional de las identidades y sus relaciones con otras culturas, el posicionamiento ante el hecho diferencial catalán, la imagen específica de la ciudad de Barcelona y el interés internacional por la cultura de la sede. Los resultados sobre la imagen de Europa se articulan a través de la propia idea de Europa en los guiones oficiales de las dos ceremonias, los discursos audiovisuales de dos segmentos de las ceremonias (*El himno de la alegría* y los *castellers*) y otras referencias a Europa en los contenidos audiovisuales de los Juegos. Por último, la relación entre los Juegos de Barcelona'92 y la cultura mediterránea es tratada a partir de la representación teatral durante las ceremonias inaugural y de clausura.

La atención a los contenidos televisivos durante varios segmentos —como la entrada de las banderas en el estadio y la audición de los himnos catalán y español, el baile de sardanas y la actuación de los *castellers*— fue motivo de tres informes donde se presentaba el significado que los comentaristas de las televisiones otorgaban al espectáculo. La construcción de la identidad catalana a través de este acontecimiento supuso un punto claro de la investigación, como muy bien remarcó el artículo publicado en la revista *El Temps* titulado “In Catalonia, of course”. También cabe destacar la transferencia del conocimiento obtenido con este proyecto en el ámbito de la educación, ya que parte de las conclusiones de la investigación constituyeron la base de distintos materiales docentes universitarios. Ejemplo de ello fue la producción para un programa de teleeducación universitaria sobre Olimpismo emitido vía satélite a todas las universidades del Estado de Georgia. Entre los títulos de producción audiovisual destacan los siguientes: *Olympic Television Production for Barcelona'92*, *Olympic Advertising at the Barcelona'92 Ceremonies*, *Symbols of Peace in Olympic Ceremonies* e *Impact of the 1992 Olympic Games on the City of Barcelona*.

El principal objetivo de la investigación citada en este texto pretendía avanzar en el conocimiento sobre la construcción de la identidad catalana a través de un espectáculo televisivo como son las ceremonias olímpicas. Y, tal como exponíamos al inicio del texto, los discursos narrativos de los periodistas de las televisiones del mundo intentan dar sentido a la identidad del otro a partir de la cultura propia.

Conclusiones del estudio¹⁸

En el análisis comparado de las veintisiete ceremonias de apertura y clausura de los Juegos de Barcelona se observan dos cuestiones destacadas. Por un lado, el importante papel que el comité organizador COOB92 jugó en la creación de la representación del concepto de Olimpismo, Barcelona, Cataluña y España. Por otro, la constatación de que las distintas culturas y marcos referenciales determinan en gran medida la interpretación que las televisiones analizadas trasladan a sus audiencias. En cierto modo, las televisiones que retransmiten la señal institucional de los Juegos reinterpretan lo que ven para sus audiencias, erigiéndose en constructoras de un nuevo significado. Es el caso del espectáculo de fuegos artificiales de la ceremonia de apertura de los Juegos, en que la televisión alemana ARD encontró concomitancias con las bombas cayendo sobre la ciudad de Sarajevo, mientras que la televisión de Singapur SBC 12 consideró el espectáculo pirotécnico como una cuestionable extravagancia. En Camerún, por su parte, los fuegos artificiales fueron interpretados como símbolo de la riqueza de la ciudad de Barcelona (Moragas, Rivenburgh y Larson 1995, 244-245).

Sin embargo, llama la atención que la representación de los valores y símbolos olímpicos fuera escasa en un importante número de retransmisiones, e inexistente en un reducido número de ellas. De los valores presentes, no obstante, destacan la participación y la paz, junto con la amistad, como los más prevalentes. No se observó en las retransmisiones televisivas de los Juegos de Barcelona en general la vocación de educar a las audiencias con respecto a la historia, símbolos y valores olímpicos. En las negociaciones con televisiones posteriores a estos Juegos se incluyó como valor cualitativo importante, en la concesión de los derechos televisivos de los Juegos a un determinado operador, el compromiso de las televisiones en los citados aspectos.

Todas las cuestiones mencionadas no hacen más que destacar que determinados discursos escapan del control de los organizadores de los Juegos. Este fenómeno revela la necesidad de seguir mostrando cómo las distintas televisiones adaptan la señal institucional y su papel como intermediarios entre los Juegos Olímpicos y las audiencias. En el estudio se observó que los comentaristas de los Juegos actúan a menudo como intérpretes, observadores o, incluso, árbitros de este megaevento (Moragas, Rivenburgh y Larson 1995, 245-247). Otro aspecto destacado en relación con las audiencias es cómo la emisión en directo y la emoción transmitida, así como el interés por unas pocas estrellas deportivas universales, junto con la atracción de los públicos por los protagonistas locales de cada país, se erigen en los principales aditamentos para la consecución, por parte de las distintas televisiones, de grandes audiencias sostenidas de los Juegos Olímpicos.

18. El presente apartado ofrece algunas de las conclusiones comentadas del libro *Television in the Olympics* (1995, 244-249).

Referencias bibliográficas

Hogan, Jackie. 2003. "Staging the Nation: Gendered and Ethnicized Discourses of National Identity in Olympic Opening Ceremonies". *Journal of Sport & Social Issues* 27: 100-123.

Moragas, Miquel de. 1993. *La Cultura mediterránea en los Juegos Olímpicos de Barcelona '92*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB. http://ceo.uab.cat/2010/docs/wp018_spa.pdf.

Moragas, Miquel de; Nancy K. Rivenburgh y James F. Larson. 1995. *Television in the Olympics: Communicating Policies, Culture and Sport in Barcelona '92*. London: John Libbey. http://books.google.es/books?id=U_u73VtZcJIC&lpg=PP1&dq=Television%20in%20the%20Olympics&hl=ca&pg=PP1#v=onepage&q&f=false.

Tomlinson, Alan. 1996. Olympic Spectacle: Opening Ceremonies and Some Paradoxes of Globalization. *Media, Culture & Society* 18(4): 583-602.

Voltas, Eduard. 1993. In Catalonia, of Course. *El Temps* 476: 14-17.