

L'olimpisme, una institució

Joffre López Oller
Enric Saurí Saula



El Centre d'Estudis Olímpics (CEO-UAB) publica treballs amb l'objectiu de facilitar el debat científic. La inclusió d'aquest text no limita una futura publicació per part de l'autor, que conserva la totalitat dels seus drets. Queda terminantment prohibida la reproducció, total o parcial, d'aquesta publicació sense el consentiment previ del seu autor.

Aquest treball es va realitzar per a l'assignatura campus "Olimpisme, Esport i Societat" durant el curs 1996-97.

Ref. WP065

Per fer referència a aquest document, podeu utilitzar la següent referència:

López Oller, Joffre; Saurí Saula, Enric (1997): L'olimpisme: una institució [article en línia]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB. [Consultat: dd/mm/yy] <http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp065_cat.pdf>

[Data de publicació: 1997]

SUMARI

- I. Introducció
- II. Marc teòric: la construcció social de la realitat
 - II.1. La institucionalització: l'objectivació de la realitat
 - II.2. La socialització: la interiorització de la realitat
- III. Els mites fundadors de l'Olimpisme
 - III.1. Els Jocs d'Olímpia
 - III.2. Pierre de Coubertin: la doble mitificació
 - III.3. Traïció a "l'esperit olímpic"?
- IV. La preservació de "l'esperit olímpic"
 - IV.1. El paper dels *mass media*
 - IV.2. Un cas de teràpia: el moviment per a la catalanització dels Jocs de Barcelona 1992
 - IV.3. Un cas d'aniquilació: el moviment "NO'92"
- V. Conclusions
- VI. Bibliografia

I. INTRODUCCIÓ

L'objectiu d'aquest treball és plantejar un possible marc teòric a partir del qual pot contemplar-se el fenomen del Olimpisme (entenenent com a tal, tant els Jocs Olímpics i l'Olimpíada, com l'organització burocràtica i els valors simbòlics que la vertebrin). La tesi que sostenem és que l'Olimpisme és una institució i, per tant, consta d'unes mites fundadors que la legitimen i uns mecanismes de preservació. Aquesta afirmació és certa si s'adopta la perspectiva que a finals dels anys seixanta elaboraren P.L.Berger i T.Luckmann en *La construcció social de la realitat*.

No pretenem oferir pas un marc teòric definitiu i multidimensional (en part perquè ni és possible, ni és desitjable ni ens veiem capaços de dur a terme aquesta mena de barbaritats epistemològiques). Tanmateix, ens sembla que l'estadi actual dels estudis sobre l'Olimpisme es caracteritza precisament per una manca de reflexió teòrica que vagi més enllà de la mera descripció "espontània". És la mateixa diferència que hi ha entre un fotograma i una seqüència: malgrat que el fotograma pot ser més o menys acurat (dependrà, en tot cas, de l'abast de la "càmera" utilitzada), només la seqüència és capaç d'explicar el perquè dels detalls compresos en el fotograma.

L'estructura del treball consta de tres parts. En la primera esbossem la proposta teòrica de P.L.Berger i T.Luckmann tot incorporant-hi el paper dels *mass media* (que, per motius històrics, no pogueren (o volgueren) contemplar). Després descrivim els fonaments mítics de l'Olimpisme, principalment els Jocs de la Grècia antiga i l'obra de Pierre de Coubertin, i, més tard, com s'han "concretat" a l'hora de la veritat. Ja en la darrera part, ens situem en els Jocs Olímpics de Barcelona 1992, per examinar els mecanismes que els *mass media* empraren a l'hora de donar resposta als moviments que plantejaren interrogants a l'organització dels Jocs i els seu "esperit".

II. MARC TEÒRIC: LA CONSTRUCCIÓ SOCIAL DE LA REALITAT

La construcció social de la realitat és un dels instrumentals teòrics més potents (i polèmics) que hi ha en sociologia en la mesura que permet adoptar una perspectiva molt àmplia. Així, s'ha parlat de construcció social de l'esport, les identitats nacionals, la religió, els immigrants o el ritual del te.

Amb *La construcció social de la realitat* (1967), P.L.Berger i T.Luckmann intentaren juxtaposar la fenomenologia social d'A.Schutz amb la psicologia social de G.H.Mead, amb les tesis de K.Marx i E.Durkheim sobre la societat i la cultura i, alhora, integrar l'obra de M.Weber sobre l'acció social amb les reflexions de Durkheim sobre els fets socials com realitats externs als individus. El seu objectiu era estudiar, des d'una perspectiva omnicomprendiva, el caràcter dual de la societat en termes de "facticitat objectiva" i "significació subjectiva" tot combinant la preocupació pels fenòmens macro amb l'interès pels micro. La manera com articularen aquests elements consisteix en admetre que:

"(...) la relació entre l'home (productor) i el món social (producte) és sempre una relació dialèctica. És a dir, que l'home (no pas aïlladament, és clar, ans com a membre d'una col·lectivitat) i el seu

món social estan en interacció l'un amb l'altre. El producte repercuteix sobre qui l'ha produït. Exteriorització i objectivació són, doncs, moments d'un procés dialèctic constant. Del tercer moment del procés, que és la interiorització (a través de la qual el món social objectivat és reintroduït en la consciència gràcies a la socialització), ens n'ocuparem amb prou detall més endavant. Però ja des d'ara podem adonar-nos de la relació fonamental que hi ha entre aquests tres moments dialèctics de la realitat social. Cadascun d'ells correspon a una característica essencial del món social. La societat és un producte humà. La societat és una realitat objectiva. L'home és un producte social" (BERGER, P.L. i LUCKMANN, T.; 1988: 93).

En d'altres paraules, les persones són els productes d'una societat que elles mateixes creen. Ara bé, el principal dèficit que planteja aquest marc teòric vist des de l'actualitat és l'absència del paper cabdal dels mitjans de comunicació de masses en els dos moments bàsics del procés de construcció social de la realitat: la institucionalització i la socialització. Aquesta és la raó per la qual els hem procurat integrar, dins els límits dels nostres coneixements, en la descripció d'aquests dos moments que presentem a continuació.

II.1. LA INSTITUCIONALITZACIÓ: l'objectivació de la realitat.

Una institució sorgeix a partir del moment en què "es produeixi una tipificació recíproca de les accions, esdevingudes habituds, d'uns determinats tipus d'actors" (BERGER, P.L. i LUCKMANN, T.; 1988: 84). Aquesta definició, doncs, és molt més genèrica del que sol entendre's com a institució (les costums i organitzacions més o menys formalment establertes) perquè permet identificar el procés històric per mitjà del qual les institucions es doten d'una objectivitat tal que són percebudes com a quelcom natural, atemporal i immutable que existia abans dels individus i perviurà després de la seva mort. L'Olimpisme és un clar exemple d'una institució amb pretensions d'objectivitat: malgrat les lluites i diferències internes que podrien ser font de precarietat¹, qui més qui menys dóna per descomptat que cada quatre anys s'han de celebrar els Jocs Olímpics en una ciutat diferent. Quan es produeixen situacions potencialment desestabilitzadores, intervenen els mecanismes que descrivim uns paràgrafs més avall i que, pel que fa als Jocs Olímpics de Barcelona 1992, són analitzats en el punt IV d'aquest treball.

Les institucions controlen el comportament humà establint pautes de conducta (rols) definides d'antuvi. Els rols són tipificacions del que s'espera dels actors en determinades situacions socials. Cada institució configura un conjunt de rols; des de la punt de vista dels individus, en canvi, tothom disposa d'un repertori de rols que ha d'exercir en un moment o un altre (i així ho esperen els altres).

Per ser efectives les institucions necessiten una cobertura de legitimacions que els faci de "capa protectora" i els doni validesa cognoscitiva i dignitat normativa; alhora, però, necessiten uns altres mecanismes de control social que intervenen quan els ordinaris no funcionen. Dins dels diversos mecanismes de control, la utilització de discursos "normalitzadors" i la creació d'un determinat tipus de realitat són potser els més freqüents. Per

¹ El llibre de X.Domingo en recull una bona mostra (DOMINGO, X.; 1992).

fer aquesta tasca els mitjans de comunicació són realment molt eficaços².

Amb això volem dir que els mitjans de comunicació esdevenen agents constructors de realitat social. Les seves representacions simbòliques tenen un determinat impacte en la percepció que els individus tenen de la realitat social. Com comenta M.Wolf, a partir de la repetició constant de trames, històries, retrats de personatges, situacions, etc... els mitjans de comunicació projecten determinades imatges de la societat i realitat. A causa de les grans dimensions que ha agafat el nostre univers simbòlic (gràcies als avenços tecnològics sabem com viuen i que passa al Japó, Austràlia,...) depenem cada cop més dels *mass media* per veure i conèixer el món, car no podem experimentar directament moltes de les coses que ens arriben (WOLF, M.; 1992). Els mitjans de comunicació, doncs, tenen un paper decisiu, no tan sols pel fet de transmetre informació, sinó també pel fet de donar forma a la nostra "realitat", una "realitat" parcial, fragmentada i estereotipada.

Com que els significats naturalitzats associats a un ordre institucional són concebuts com a "coneixement" (com a descripció verídica de la realitat), els mitjans de comunicació fan una gran tasca al preservar un tipus de "coneixement" determinat. Aquest coneixement emès no és tractat com *un* dels coneixements possibles dels fenòmens socials, sinó més aviat com la forma assolida per determinats fets i fenòmens socials amb objectius pràctics. Òbviament no s'ignora la parcialitat dels diversos punts de vista i interpretacions difoses pels mitjans de comunicació, però per motius pràctics i de comoditat a l'hora de moure's pel món, aquestes representacions difoses pels mitjans de comunicació són les que més força tenen. Aquestes representacions al ser reconegudes i interioritzades per una gran part de la població es converteixen en un coneixement comú que es pot donar per descomptat.

Berger i Luckmann ens diuen que les institucions no només han de funcionar (la seva primera font de legitimitat és llur funcionalitat pragmàtica), sinó que també han de donar compte de perquè funcionen de determinada manera i alhora han d'encarar les situacions de conflicte. És en aquest nivell on intervenen les *objectivacions de significat de segon ordre*, és a dir, les *legitimacions*.

Les legitimacions són construccions teòriques que justifiquen el funcionament de les institucions. L'objecte de les legitimacions és fer que les objectivacions de primer ordre esdevinguin: *subjectivament plausibles* (ens les puguem creure) i *objectivament disponibles* (que puguem recórrer a elles en cas de necessitat). Berger i Luckmann distingeixen diversos nivells de legitimitat (aquests són concebuts com els graons d'una piràmide que s'erigeix sobre la "realitat", sobre l'ordre institucional):

- **Proposicions pre-teòriques:** construccions elementals de significat que fonamenten el coneixement autoevident; més específicament, les legitimacions pre-teòriques estan integrades per són les senzilles respostes (generalment prou eficaços) a la pregunta "¿i això perquè?" dels infants.
- **Proposicions teòriques rudimentàries:** sentències de caràcter primari (estereotips, cultura popular, etc...) que ens doten dels esquemes bàsics per reaccionar davant certes situacions i ordenen el

² Permetent-nos l'avinentesa de ser una mica crític, tan sols m'agradaria recordar que qui actualment té el control dels mitjans de comunicació, per tant dels discursos que llencen, són determinats grups polítics i econòmics que procuren, per sobre de tot,

nostre coneixement de la realitat dient el que és i no és important. En una societat com la nostra, aquesta esfera la proporcionen els mitjans de comunicació de masses on la televisió transmet una sèrie de clixés socials, alhora que ens dóna les respostes “adients” per cada tipus de situació en la que ens podem trobar.

- **Teories explícites** mitjançant les qual una institució es legitima a partir d'un cos específic de coneixement que proporciona marcs de referència força globals per al corresponent sector de comportament institucionalitzat. Un exemple serien els discursos sobre la importància de la competència en el sistema productiu, dels valors cívics en la societat moderna i que han de transmetre les escoles, de l'adequació de la universitat a la demanda del mercat,...
- Els **universos simbòlics**: és un corpus teòric que integra tot l'ordre institucional en una mateixa unitat simbòlica. La producció d'universos simbòlics inclou estratègies de poder per mantenir determinats ordres institucionals; si traslladem això als mitjans de comunicació ens adonem, tal i com planteja Postman en el seu “advertiment huxleyà”, que la televisió s'ha convertit, a través de la diversió fàcil que la caracteritza, en un important *mecanisme de dominació* (POSTMAN, N.; 1990). Els mitjans exerceixen una dominació tal sobre l'espectador que la “diversió” adquireix un cert caire d'obligatorietat. Des del discurs genèric llençat per la televisió es reforça i es legitima el món que veiem com a “real” i que és donat per descomptat. D'aquest discurs legitimador se'n desprèn una aura de felicitat on, gràcies a la *diversió* (consum i exteriorització d'aquesta), adquirim una identitat pública que és la correcta segons el discurs institucional. Aquesta estructura dels discursos afavoreix un tipus de pensament que, com un cercle viciós, crea una demanda de determinats continguts (com més *reality shows* es facin i més morbosos siguin, més demanda d'aquest tipus de programes hi haurà) que, alhora, creen unes determinades formes de versemblança.

Malgrat el pessimisme d'aquesta darrera afirmació, compartim l'opinió de Postman que la televisió no és tan perillosa ni determinant si els usuaris entenen el perill que comporta. Si som conscients de la seva estructura, efectes i del fet que la “realitat” que ens presenta és tan sols una de les moltes maneres de mirar el món, ens hi podem enfrontar sense por. Amb el distanciament i coneixement del món de la comunicació es pot assolir la capacitat maquiavèlica de maniobra i reinterpretació dels rols.

Berger i Luckmann ens presenten dos mecanismes de preservació dels universos simbòlics: la *teràpia* i l'aniquil·lació. Aquests mecanismes, per tal de preservar un determinat “ordre”, són emprats pels mitjans de comunicació de forma sistemàtica i constant.

- Mitjançant la **teràpia** els *mass media* reintegren discursos crítics dins el discurs hegemònic; sovint aquests discursos crítics es trivialitzen i es tracten en el mitjà com una cosa curiosa i extravagant (només cal veure que sovint a l'apartat del telenotícies anomenat “Fets i Gent” hi ha una sèrie d'actes, conductes, etc..., probablement amb un contingut crític, que són definides com a extravagants, curioses i gracioses). La banalització del discurs original per part dels mitjans també es dóna en tertúlies televisives i radiofòniques, en programes debat amb l'intervenció dels corresponents experts que

mantenir l'estatus quo.

legitimen el discurs oficial i ens “tranquilitzen”, etc...

- Pel que fa a l'**aniquil·lació**, els mitjans de comunicació de masses hi tenen la mà trencada ja que, o bé utilitzen el silenci o l'omissió (el no tractament de la notícia o tema en el propi mitjà) per dissoldre el discurs, o bé fan un tractament on el discurs apareix com una farsa, un engany, etc...³; així, l'estatus ontològic del discurs crític és negat i s'intenta forçar un rebuig generalitzat per assolir la dissolució.

Tant des de la teràpia com de l'anul·lació els mitjans de comunicació no sols legitimen un tipus de discurs, sinó que, a més, creen realitats a partir de la possibilitat de crear opinió.

Amb tot això es fa palès que els mitjans de comunicació tenen força importància en legitimar un univers simbòlic que, en les societats occidentals, està al servei d'un model social basat en el consum massiu. Els *mass media*, afirma Habermas, tenen un paper important en la preservació d'aquest model de societat social car aquests s'han mercantilitzat alhora que, gràcies a la seva universalització, contribueixen a una mercantilització de la vida social. La clara distinció entre l'esfera privada i la pública s'ha vist desdibuixada a partir de la irrupció del mercat i d'uns mitjans de comunicació que constantment ens bombardegen amb “consum”. Mentre la cultura i els discursos crítics i alliberadors queden relegats a una petita esfera, la cultura i els discursos difosos pels mitjans de comunicació, partint d'una voluntat integradora, augmenten una mena de racionalitat que arriba a tots els indrets de les llars. Aquesta *racionalitat homogeneïtzadora* difosa pels mitjans de comunicació s'encarrega de cercar consens i de diluir, com ja he comentat, els discursos crítics. Així el mitjans de comunicació de masses (sobretot la televisió) i les relacions de força que darrera aquests es donen són, en definitiva, els qui difonen una determinada *realitat* “tallen el bacallà” (HABERMAS, G.; 1981).

II.2. LA SOCIALITZACIÓ: la interiorització de la realitat.

El procés de socialització és el procés que permet comprendre la realitat subjectiva dels altres i, per tant, formar part de l'entorn de convivència. Amb la socialització interioritzem uns models culturals, una determinat món fins que aquest es naturalitza, se'ns apareix com a subjectivament real i inqüestionable.

A partir d'aquest procés d'internalització reconstruïm el món exterior per poder-nos'hi identificar; si no ho féssim així seria impossible la participació en el món subjectiu de l'altre. La comprensió dels processos subjectius de l'altre no sols em permet comprendre el món de l'altre, sinó també el nostre propi món ja que per entendre'm a mi mateix, he d'entendre el món subjectiu de l'altre. Amb la socialització (com a resultat de la relació amb els altres) conformem la nostra *identitat* personal o, millor dit, conformem la nostra *identificació* car “sóc el que els altres reconeixen que sóc”.

³ L'“espiral del silenci” d'E.Noelle-Neuman pot ser entesa com un exemple de la “teràpia” exercida pels mitjans de comunicació de masses: atès que els individus tendeixen a alinear-se amb l'opinió que perceben com a majoritària i suposant que tothom té por a l'aïllament i l'estigma que comporta el suport a opinions minoritàries, els indecisos tendeixen a creure i opinar allò que “ells creuen que la majoria creu o opina” (si més no públicament). D'aquesta manera, un corrent d'opinió acaba guanyant terreny en detriment de l'altre. Això produeix un procés en espiral que, progressivament, estableix un punt de vista que acaba imposant-se. Els *mass media* són els agents que provoquen aquests fluxes i canvis d'opinió i estableixen les coordenades de l'“ambient social” (el clima d'opinió) dins els qual s'orienten els individus (NOELLE-NEUMAN, E.; 1995).

Berger i Luckmann diferencien el procés de socialització en dues fases: la *socialització primària* i la *socialització secundària*. Aquests processos, vitals per la vida social, tenen com a principal vehicle el llenguatge i les institucions socials.

A. La socialització primària. La socialització es fonamenta en un primer moment en els *altres significatius* amb els quals interectuem en situacions cara a cara que percebem com a necessàries i sense alternativa. La identificació amb els altres significatius s'esdevé a través del joc, la imitació, etc... gràcies als quals els infants són capaços d'entrar en el món dels adults i identificar-se a ells mateixos. Així doncs, l'individu neix en un món social objectivat i realitza l'accés a aquestes estructures socials objectives (primer amb l'institució familiar, per seguir després amb l'educativa, i etc...) a través dels altres significatius i els rols que aquests desenvolupen; i també, a partir dels elements diferenciadors del grup social al que pertany.

Per entendre el potencial socialitzador dels *mass media* hem de tenir en compte que des del segle passat aquests ens han donat un accés més ràpid i complet als esdeveniments i comportaments socials, alhora que han contribuït a la formació d'esdeveniments i comportaments nous. La *implosió*⁴ creada per l'avenç tecnològic ha fet que convisquem constantment dins un món on la velocitat i la constant demanda d'informació siguin un fet. Des d'aquest punt de partença legitimador els media, i sobretot la televisió, s'introdueixen a les nostres llars adquirint poc a poc un paper més important dins el procés de socialització.

Centrant-nos en el paper socialitzador de la televisió, creiem que aquesta ha trencat la tradicional socialització primària on l'individu poc a poc interioritza les situacions percebudes del seu altre significatiu més proper i ha accelerat el procés sense tenir en compte la "maduresa" del receptor. D'aquesta manera la televisió ha trencat la relació entre el pas social, donat per l'individu, d'un rol a un altre rol. Tradicionalment cada etapa del procés de socialització implicava l'exposició i l'aprenentatge de nova informació i la persistència de barreres vers altres tipus de "coneixement" social. A partir d'aquí el nen passava de menys a més "informació social"; coneixia i imitava les coses més properes a ell per després, pas a pas, endinsar-se i "conèixer" el "món exterior". Amb la introducció de la televisió a edats molt primerenques aquesta mena de procés gradual s'ha trencat i l'infant rep a través de la "cultura de la imatge" una realitat molt més extensa i ample (i més estandaritzada) que no pas la que viu amb la família i a l'escola. Per dir-ho d'una altra manera, "els *mass media* com a institució" permeten veure un món (desgraciadament sovint molt idealitzat) que als infants apareix com a "natural" i que passa a formar part del seu "món donat per descomptat".

Si d'una banda es dóna aquest procés on en la circulació de "coneixements" minven les distincions clares entre les diverses fases de la vida, d'altra banda, en aquesta època dels mitjans de comunicació de masses, s'ha produït, en alguns casos, com una mena de "mega-fragmentació" de la vida dels individus (ara som nens, adolescents, joves, *quarentons*, etc...) i en d'altres aquest "cicle

⁴ Segons McLuhan s'ha passat d'un sistema *expansiu* (amb l'escriptura com a màxim exponent) on l'informació s'anava difonent poc a poc, a un sistema *implosiu* (característic de l'etapa electrònica en la que vivim) on la velocitat dels mass media ens ajunta a tots perquè sabem el què succeeix arreu del planeta a temps real (Mc LUGHAN, M.; 1996).

vital" s'ha eixamplat (el fet de viure amb la família fins a edats força avançades ha allargat els "caràcters juvenils"). D'aquesta manera, tal i com Mauro Wolf afirma, s'està modificant el procés de socialització en el sentit d'una redefinició dels rols corresponents a cada moment de la vida dels individus i en la quantitat d'informació que aquests, sobretot, reben en les primeres fases de la seva vida. Els *mass media* s'encarreguen d'eliminar les fases tradicionalment diferenciades d'exposició a informacions que s'haurien d'aprendre progressivament. Com el mateix Wolf assenyala: "ara la televisió acompanya als infants a través del món fins i tot abans que hagin rebut permís per travessar el carrer tot sols" (WOLF, M.; 1992: 95).

B. La socialització secundària. La socialització secundària implica la possibilitat d'accés a un submón institucional especialitzat. Dins de cada submón l'individu interpreta un rol determinat (a la feina, a la comunitat religiosa, al club privat, etc...) i té un cert reconeixement del caràcter precari de la realitat (l'existència de realitats vàlides tan sols en un determinat submón institucional). A partir d'això observem els efectes que els *mass media* tenen en la socialització secundària.

Els *mass media* s'encarreguen de mostrar-nos una determinada visió dels submons existents, ara que són uns mecanismes perfectes per la preservació o transformació de "realitats". En la seva forma de preservar "realitats" ens presenten un món idealitzat (un exemple d'això el trobem en la "California dels somnis" que moltes sèries de televisió ens han mostrat o en la estereotipificació d'algunes professions com ara els policies, metges, advocats, etc...) on els luxes, l'acció, la propietat i el consum en són un exponent important. Dins aquesta mateixa línia crec que és important la capacitat transformadora dels mitjans de comunicació car han sabut estandaritzar perfectament unes pautes socials (almenys pel que fa a Europa) basades en l'*american way of life*. Evidentment aquí no podem ser innocents i hem de tenir en compte l'existència d'una sèrie de factors econòmics, polítics, socials, etc...que juntament amb els *mass media* han estat determinants per la consolidació d'aquestes noves pautes. Tot i això creiem que no hem de sobrestimar, almenys en aquest cas, les visions que des dels media ens arriben car, com Berger i Luckmann presenten, en la socialització secundària hom s'adona del caràcter precari de la realitat. D'aquesta forma, i apropant-nos a les tesis de Nell Postman, el que realment fa que d'alguna forma caiguem en l'univers que la televisió ens mostra és la predisposició personal al asseure's davant el televisor.

Finalment és importantíssim accentuar la capacitat transformadora que tant a nivell primari com secundari tenen els media. Si com diuen Berger i Luckmann el llenguatge és vital a l'hora d'objectivar i preservar la realitat, hem d'ésser conscients doncs, de l'aparició d'un nou llenguatge que ha introduït molts canvis en la nostra vida quotidiana: el *llenguatge televisiu*. Retornant a les tesis de Marshall McLuhan, el llenguatge no tan sols l'emprat pels presentadors, sinó el propi format dels programes (tipus d'enquadraments de les càmares, tipus de moviments, colors, etc...), ha introduït canvis en la nostra manera de ser. Sense voler caure, de cap de les maneres, en un determinisme tecnològic ingenu, hauríem d'acceptar, almenys en una petita part, la possibilitat que la irrupció del llenguatge televisiu (i no parlem ja del llenguatge informàtic) hagi creat una nova

manera de concebre el temps, l'espai, etc... És innegable que ens estem endinsant en una època on l'efimeritat i la frenètica necessitat de tenir, fer i anar ràpids són el nostre pa de cada dia. Hem arribat a la societat de la instantanietat, i en això els mitjans de comunicació i les noves tecnologies hi tenen molt a veure.

III. ELS MITES FUNDADORS DE L'OLIMPISME

Tota institució es recolza en uns pilars que, molt sovint, prenen la forma de mites. És cert que hi ha institucions fonamentades quasi bé exclusivament en arguments tecnoburocràtics o polítics, com ara moltes de les institucions formals de recent creació (per exemple, les comunitats autònomes a l'estat espanyol). Però fins i tot en aquests casos, la seva permanència en el temps sol anar acompanyada de processos de creació i difusió de mites. Els mites no són pas un element insignificant de les institucions sinó, ans el contrari, el fonament *pseudo-teòric* dels universos simbòlics que les legitimen tot dotant-les d'historicitat, objectivitat i significació simbòlica⁵. No coincidim, per tant, amb la creença de Berger i Luckmann segons la qual els mites serien un mecanisme conceptual arcaic i primitiu de preservació dels universos simbòlics. Tota institució, i fins i tot les mateixes disciplines acadèmiques (inclosa la sociologia i les ciències "dures"), tenen uns determinats mites racionalitzadors que les doten de coherència externa i interna.

Aquests mites són elaborats, reinterpretats i transmesos per un personal especialitzat en forma de llibres d'història, conferències i actes commemoratius, de manera que se'ls dota d'una estructura homogènia (un mite és més creïble quan menys contradiccions internes presenta; això no suposa, és clar, que els mites no puguin incloure relats de conflicte i vencedors). El problema és que l'abast de la informació difosa per aquests mecanismes és molt limitat senzillament perquè no tothom hi està interessat. Només aquells individus o grups amb expectatives de treure un profit més o menys immediat de la institució mostren una predisposició activa a conèixer-la millor. Vet aquí la importància dels mitjans de comunicació de masses a l'hora de fer arribar, ja sigui explícitament o implícita (reportatges, espais específics, debats, anuncis,...) a l'hora de fer arribar els principis bàsics que inspiren la institució, en un món de "dependència cognoscitiva" dels mitjans de comunicació de masses en relació a tot allò més enllà de la realitat immediata i directament observable⁶.

En el cas que aquí ens preocupa, l'Olimpisme, més endavant veurem la importància que tenen els mitjans de comunicació de masses en la seva preservació i producció. Ara, en canvi, volem centrar-nos exclusivament en els mites específics que fonamenten l'univers simbòlic que l'Olimpisme pressuposa: els Jocs de la Grècia Clàssica i l'obra de Pierre de Coubertin. La distinció no és pas casual atès que Coubertin no es limità a fer revivre els Jocs Olímpics clàssics sinó que s'aproprià i reinterpretà alguns dels

⁵ En el marc teòric ja hem explicat què entenem per legitimació: el procés de conferir a una institució dignitat normativa (dotar una dimensió ètica als seus imperatius pràctics) i validesa cognoscitiva (fer conèixer els seus significats objectivats).

seus símbols (KIDD,B.; 1984) per tal de fixar els principis que havien de regir l'Olimpisme contemporani. Cal, doncs, esbrinar quines diferències hi ha entre els Jocs Olímpics a l'antiga Grècia i la proposta de Coubertin o, per ser més exactes, com són percebudes aquestes diferències pels "experts" encarregats de reconstruir i legitimar els mites fundadors de l'Olimpisme, l'anomenat "esperit olímpic".

III.1. ELS JOCS D'OLÍMPIA

Segons la mitologia, tot arrenca dels Jocs que els grecs celebraven ara fa uns 2.500 anys a Olímpia. A diferència de l'obra Coubertin, la distància cronològica és suficient i les fonts d'informació prou escasses com perquè els especialistes en la història clàssica gaudeixin d'un marge de maniobra força ampli a l'hora de poder crear unes narracions més o menys detallades sobre aquests primers Jocs. Parlant en termes economicistes, es podria dir que la situació d'oligopoli en què es troben els "experts" fa inviable la discussió crítica, a no ser que es produeixi entre les mateixes "empreses" (en aquest cas individus socialment reconeguts com a especialistes en la matèria) que disposen de major informació sobre el producte. No podem, doncs, descriure el procés de reelaboració del passat que caracteritza la construcció de tot mite. Ara per ara en tenim prou amb remarcar alguns aspectes que, segons la literatura, caracteritzaren els Jocs Olímpics a la Grècia antiga (no és, doncs, una descripció històrica rigorosa):

- A part dels Jocs Olímpics en honor a Zeus (celebrats a Olímpia cada quatre anys), a la Grècia antiga hi havia tres modalitats de jocs també anomenats *olímpics*: els *Jocs Pítics*, en honor d'Apol·lo i celebrats a Delfos cada quatre anys; els *Jocs Nemeus*, en honor a Heracles i celebrats a Nemea cada dos anys; i, finalment, els *Jocs Ístmics*, en honor a Posidó, celebrats a Corint cada dos anys. Aquestes quatre modalitats de Jocs Olímpics s'articularen cronològicament en períodes de manera que mai es solapaven. Els Jocs en honor a Zeus, però, foren els més esplendorosos i els més concorreguts de tots ells al llarg dels més de dotze segles d'existència (es calcula que aplegaven entre trenta mil i quaranta mil persones).
- Les tres grans especialitats practicades als Jocs d'Olímpia (gimnàstica, atletisme i hípica) eren repartides entre les diverses classes socials amb dret a participar-hi (és a dir, els ciutadans lliures; en l'Atenes democràtica entre el 40 i el 50% de la població eren esclaus), per bé que no de manera excel·lent.
- Els Jocs Olímpics tenien una dimensió explícitament religiosa. No només perquè es celebraven en honor a Zeus, el déu situat en la cúspide de la piràmide teològica, i es realitzaven ritus i cerimònies en el seu nom, sinó també perquè l'objectiu dels atletes era semblar-se els Jocs que, segons la mitologia clàssica, practicaven els déus dalt de l'Olimp. Tanmateix, tota pretensió de considerar-se un déu era castigada immediatament.

⁶ Aquest és un punt on coincideixen les tesis de W.Lippman i E.Noelle-Neumann: ambdós pressuposen aquesta dependència dels individus envers les mitjans de comunicació de masses. Veure NOELLE-NEUMANN (1995) I WOLF, M. (1992).

- Segons P.Villalba, els grecs es caracteritzaven per un “esperit agonístic”, és a dir, per un gust per la competició, al preu que fos i pel premi que s’escaigués (*árete*). “És cert que, en moltes d’aquestes competicions, es proposava un premi valuós a guanyar, però en l’ànim de tots hi havia el desig d’aconseguir la victòria per l’honor que això comportava, tant per al vencedor i la seva família, com per a la ciutat d’origen o d’adopció, sense parar esment en el valor d’un premi material” (VILLALBA, P.; 1992: 30). En sociologia es sol parlar d'*status* per tal de referir-se a aquest prestigi i reconeixements socials. Al marge de tot això, els vencedors olímpics estaven exempts d’impostos, tenien entrada gratuïta als teatres, podien erigir un estàtua dins el recinte sagrat d’Olímpia i se’ls hi pagava la manutenció.
- L'*status* que suposava per una ciutat-nació posseir un campió olímpic (la qual cosa es reflectia en regals i riquesa que se li concedien), invalida qualsevol hipòtesi sobre la independència entre esport i política en el món grec. De fet, els Jocs Olímpics eren un part integral del sistema de poder vigent, patriarcal i esclavista (KIDD.B.; 1984).
- Les manifestacions lúdiques dels grecs comportaven constituïen una afirmació de llur pertinença al poble grec unit. “El fet de trobar-se tants grecs a Olímpia, d’estaments diversos i de nivells culturals molt diferents, necessàriament el món de les idees havia d’activar els seus ressorts, afavorint l’intercanvi i enriquint-se, per a acabar expandint-se entre els conciutadans de les ciutats i les poblacions d’origen” (VILLALBA, P.; 1992: 48). Coubertin recuperà més tard aquesta capacitat integradora i defensà els Jocs Olímpics com un mecanisme d’assolir la fraternitat mundial entre els pobles.
- La “família olímpica” estava integrada per dos òrgans de govern (el Comitè Olímpic Hel·lènic i el Consell Olímpic d’Olímpia); un estament executiu integrat pels *hel·làndics* (l’equivalent als àrbitres contemporanis), els *rabdòfors* i els *mastigòfors* (encarregats d’aplicar les sentències dictades pels *hel·làndics*), els *heralds* i els *trompeters* (que s’encarregaven de proclamar els vencedors i donar l’inici de cada competició, respectivament); l’estament religiós, amb el gran sacerdot, la sacerdotessa (l’única dona casada a qui li era permesa la presència en la celebració olímpica), els *espondòfors* (els missatgers que proclamaven la treva olímpica) i els *endevins* (una mena de profetes del futur); els funcionaris; les *teories* (les delegacions de les nacions gregues que participaven en els Jocs) i els *atletes* (que majoritàriament provenien de l’estament noble i de les famílies benestants o de famílies amb antecessors ja vencedors olímpics). Des del punt de vista sociològic és interessant assenyalar que aquest organigrama es fonamentava en les classes socials com a mecanisme de designació i adjudicació dels càrrecs.
- Durant la celebració dels Jocs Olímpics, els *espondòfors* s’encarregaven de proclamar arreu la Treva Olímpica (*Ekecheiria*), és a dir, el cessament de l’activitat bèl·lica en tot el territori grec (que, en aquella èpica, era força habitual) i la inviolabilitat de la ciutat d’Olímpia. Els infractors eren castigats amb multes i l’exclusió dels Jocs Olímpics.
- Els atletes eren amateurs. No fou fins al segle IV a.C. que aparegué l’atleta professional. Sovint

s'explica la decadència dels Jocs a l'antiga Grècia com a resultat dels "efectes perversos" de la professionalització (VARELA, A.M.; 1988: 11).

- Les dones no casades només tenien un paper esportiu propi fora dels Jocs Olímpics, en una cursa l'estadi en honor a la deessa Hera. Les dones no casades no podien assistir ni participar als Jocs Olímpics.
- A vegades s'ha afirmat que la història dels Jocs Olímpics a la Grega antiga és la història d'uns homes "senzills" i "engrescats" en un projecte comú. Aquesta és, tal vegada, un dels estereotips més emblemàtics que ens han arribat. Tanmateix, eren uns Jocs força violents: durant molts anys no s'establiren categories per igualar l'edat, la fora i l'estatura dels adversaris. En els combats de *pancràcia*, un dels espectacles més populars dels Jocs, eren permesa tota mena de patades, torsions, dislocacions i estrangulaments. Sovint es cita el cas del pancracista Arriquió que, abans de morir d'estrangulament, fou proclamat vencedor de la prova per haver aconseguit desencaixar un turmell de l'adversari i forçar-lo a abandonar. B.Kidd considera que els Jocs olímpics eren "jocs de guerra" en la mesura que formaven part de l'entrenament militar per a la guerra. De fet, els Jocs Olímpics sorgiren amb la formació de l'estat grec i serviren per legitimar i consolidar la divisió social en termes de classe i gènere (KIDD, B.; 1984: 74-78).
- També es lloa l'equilibri i la cohesió que assoliren els atletes entre els dos elements de l'ésser humà, el cos i l'esperit (*eurítmia*). Aquest fou, precisament, un dels pilars de la proposta de Coubertin. Ara mateix ho veurem.

III.2. PIERRE DE COUBERTIN: la doble mitificació.

Més amunt hem esmentat que el ressorgiment dels Jocs Olímpics, aprovat en un Congrés Internacional la Sorbona l'any 1894 a partir de la proposta de Coubertin, no fou una mera restauració dels Jocs de la Grècia antiga. Ni podia ser-ho perquè les condicions econòmiques, culturals, polítiques i socials no eren les mateixes. Tanmateix, moltes vegades es tendeix a equipar ambdós esdeveniments com si un fos la mera continuació "actualitzada" de l'altre.

Segons O.Milchestein, hi ha una creença generalitzada a menystenir les condicions objectives que feren viable el ressorgiment dels Jocs Olímpics després de molts segles d'absència, tot idealitzant i mitificant la figura de Pierre de Coubertin (MILCHESTEIN, O.; 1987: 3-4). De fet, Marx ja assenyalava que la historiografia burgesa es caracteritza precisament per reduir la història al producte de grans personalitats individuals amb empena, decisió i clarividència. Aquest és el cas de la reconstrucció del mite dels Moviment Olímpic modern: per alguns Coubertin fou "el alma promotora, ideòlogo, ejecutor y proyectista de la gran aventura olímpica moderna" (DURÁNTEZ, C.; 1994: 19) i per altres l'home que "elaborà les regles que emmarquen l'olimpisme modern" (BURRIEL, J.C., CARRANZA, M. i FLAQUÉ, J.C; 1986: 18). Fins i tot hi ha qui reconeix que "és possible que sense ell també s'haguessin restablert els Jocs, però no

haurien tingut el caràcter universal que va infondre aquell pedagog ni la fórmula feliç de la constitució del CIO hagués reeixit de manera tan unànime” (VARELA, A.M.; 1988: 49). Les afirmacions sobre aquest protagonisme individual solen també ser paral·leles a lloances i crítiques al caràcter idiosincràtic de la seva personalitat: “era un trabajador tenaz e infatigable de singular clarividencia” (...) Era además, persona cultivada, de gustos exquisitos y sagaz de lo artístico y lo estético. Pero sobre todo, Coubertin era un pedagogo vocacional y su sensibilidad humanística le condujo a ser un decidido defensor de los principios democráticos de la sociedad” (DURÁNTEZ, C.; 1994: 49-97); “El baró era un home complex; visionari i pragmàtic a la vegada, ambiciós i segur del triomf de la seva idea” (DOMINGO, X.; 1992: 9); “Aquest baró francès va ésser un personatge curiós i molt vàlid. Era un dictador dur i enèrgic, però alhora amable, simpàtic, persuasiu i porfidiós” (VARELA, A.M.; 1988: 48).

Però com hem vist en el marc teòric, la societat és un producte humà i l'home un producte social. Per això es fa indispensable repassar, encara que sigui molt breument, el marc sociopolític en el qual Coubertin articulà i propugnà la seva concepció de l'Olimpisme. Només d'aquesta manera podrem fer-se una mínima idea del context significatiu específic de la iniciativa de Coubertin.

El segle XIX fou el període més intens de formació dels estats-nació a l'Europa Occidental i quan, paradoxalment, començà a parlar-se per primera vegada de mundialització arran dels desenvolupaments experimentats en els sistemes de comunicació. Així, per exemple, el príncep Albert, el marit de la reina Victòria, ja parlava de la “realització de la unió de la humanitat” (TOMILSON, A.; 1984: 87) un any abans de la primera Exposició Universal de 1851. De fet, el tombant de segle anà acompanyat de múltiples transformacions econòmiques (ampliació de l'àrea geogràfica de l'economia mundial mercès als processos de colonització, industrialització d'altres països a part del Regne Unit, la “segona revolució industrial”, creixement del sector terciari, major presència del sector públic,...), demogràfiques (augment de la població i la urbanització), polítiques (progressiva democratització de la política amb la introducció del sufragi universal i revifament dels nacionalismes), socials (consolidació de la burgesia com a grup social emergent) i culturals (les anomenades “vanguardes” en pintura, literatura,...). Tot això feu que Hobsbawm el bategés com a “era de l'imperi” (HOBSBAWN, E.J.; 1990).

Ara bé, tampoc s'hauria d'obviar les trajectòries biogràfiques de Coubertin atès que tota pràctica social individual s'ha d'entendre com a resultat de determinades estructures objectives i, alhora, com a productora de relacions socials mitjançant l'establiment de certes “definicions de situació” a partir d'unes determinades condicions objectives d'existència. Moltes vegades, però, es nega la dimensió “contingent” de l'acció social (BOURDIEU, P.; 1994) i, en d'altres, en canvi, s'exagera la capacitat individual per transformar el món (aquest sembla ser el cas de les *stories* sobre l'obra de Coubertin).

Coubertin (1863-1937) era el tercer fill d'una família aristocràtica de París d'ascendència italiana. Com a tal, començà estudiant en una escola de jesuïtes i, als 17 anys, ingressà a l'acadèmia militar de França malgrat renunciar-hi al cap de poc temps. Després de diversos viatges a Anglaterra, on visità les escoles públiques de Harrow, Eton i Rugby i les universitats d'Oxford i Cambridge, es matriculà a la facultat de Dret de la Universitat de París (finalment és graduà de Ciències Polítiques) i, més tard, a l'Ecole Libre, una institució força republicana i liberal. D'ençà aleshores, Coubertin procurà reformar el sistema educatiu

francès per tal d'introduir-hi l'esport com una assignatura més. El seu principal objectiu, però, era fer reviure de nou els Jocs Olímpics que, després de moltes conferències, discussions i negatives, finalment tornaren a celebrar-se a Atenes al 1896. Les tensions polítiques del moment (la Primera Guerra Mundial era molt a prop) feren que s'exiliés a Laussane per ubicar-hi la seu del Comitè Olímpic Internacional, del qual fou president des de 1896 i fins a 1925. Un cop dilapidada la seva fortuna personal en l'empresa, Coubertin hagué de viure els seus darrers anys dels diners de la seva muller, una dona d'una altre família benestant.

Tampoc cal ignorar que Coubertin experimentà d'adolescent la humiliació de la desfeta de les tropes franceses contra les armes de Guillem II, kàiser prussià, i de Bismark, l'any 1879 a Sedan. No és només una anècdota històrica sinó, per alguns, un element força important del projecte de Coubertin. Fins i tot s'ha arribat a concloure que Coubertin pretenia fomentar una forma "menys xovinística" de nacionalisme amb la reinstauració dels Jocs Olímpics (KIDD, B.; 1984: 71):

"It is arguable that de Coubertin and his supporters in the French government of 1889 were less motivated by educational altruism than by fear that young male Germans and Czechs (Czechoslovakia was then part of Àustria) were in better phsyical and military shpae than their French counterparts -a matter not to be ignored in war- torn Europe" (TRIESMAN, D.; 1984: 18-19. La cursiva és nostra).

No és pas que amb aquests dos paràgrafs vulguem fer justícia a la vida i miracles d'un home que, cal emfasitzar, produí una ingent obra de trenta llibres, cinquanta folletins i més de mil dues-cents articles sobre història clàssica, psicologia, art i infinitat d'altres matèries. En canvi, creiem que sí és suficient per mostrar l'origen social (i el *background* que això comporta) del fundador del Moviment Olímpic de l'era moderna (si més no és considerat com a tal).

Per acabar aquesta part introductòria ens agradaria remarcar que Coubertin no fou pas el primer home "modern" que procurà fer renéixer els Jocs Olímpics: en el segle XVII, R.Dover establí a Anglaterra uns Jocs Olímpics anuals per tal de combatre el moralisme dels puritans; durant la Revolució Francesa s'instauraren els *Jeux Olympiques* on podien participar hi tots els ciutadans (homes, és clar) i mostrar, d'aquesta manera, la igualtat del nou règim; però ja en l'època de Coubertin, alguns pedagogs d'Alemanya, França, Anglaterra, Suècia, Estats Units i Grècia organitzaren celebracions que ells qualificaren d'olímpiques. Segons B.Kidd, "the success of the modern Olympics -and the eclipse of alternatives to highly competitive sport- came in no small part as a result of de Coubertin's symbolic return to the past. But in equating his games so uncritically with those ancients, de Coubertin and his followers distorted the legacy of antiquity and mystified modern sport" (KIDD, B.; 1984: 72). En d'altres paraules, Coubertin aconseguí diferenciar i imposar el seu projecte gràcies a la capacitat per relacionar-los amb els Jocs de l'antiguitat. Cal tenir en compte que la cultura hel·lenística fou molt admirada, investigada i apropiada pels intel·lectuals de finals de segle passat per plantejar un conjunt de reformes polítiques (en l'Exposició Universal de París de 1889 es mostraren les troballes de les excavacions a l'antiga Olímpia, es traçà el primer plànol de la ciutat grega, es descobrí l'"Hermes" de Praxíteles,...).

Hi ha qui creu que aquest mirar enrera cap el passat és una mostra de l'actitud característica dels moments de canvi socioeconòmic a fi d'evidenciar una continuïtat entre el nou escenari que sorgeix i el legat històric anterior.

“The so-called revival of the Olympic Games must be understood in these terms, as the project of an increasingly displaced or dislocated aristocrat who looked towards both the model of athleticism pioneered by the contemporary British upper classes and a world of mind-body harmony in ancient Greece, in order to breed a new generation of men to rule the modern world” (TOMILSON, A.; 1984: 85).

Una vegada presentats el context i la biografia de Coubertin, les seves propostes es poden fer més intel·ligibles o, si més no, més comprensibles en el sentit weberian del terme:

- Coubertin entenia l'esport com una font de perfeccionament interior, segons la màxima *mens sana in corpore sana* (que ja preconitzava al segle XVII el filòsof alemany Ludwig Jahn), que no hauria de ser una activitat d'oci de determinats grups socials. Això explica el seu rebuig als concursos i els rècords: “cada adulto, en cualquier momento según su conveniencia, debería, sin riesgo de ser espiado o criticado, dedicarse gratuitamente a los ejercicios más simples: carreras, saltos, lanzamientos, gimnasia y por un precio razonable, practicar el boxeo, recibir una lección de esgrima, montar a caballo en un picadero o nadar en una piscina” (citat per DURÁNTEZ, C.; 1994: 42). De fet, ja hem vist que en el món grec el binomi cos i esperit era indestruïble.
- El lema olímpic “*Citius, altius i fortius*” (dissenyat per l'amic de Coubertin i frare dominicà H. Didot) no vol donar a entendre una obsessiva millora dels rècords sinó un progressiu perfeccionament intel·lectual i físic de l'home a través de l'esport.
- L'esport, però, no sols és entès com el mitjà més eficaç per la formació dels individus, sinó també el vehicle més directe de comprensió i pacificació dels pobles i, per tant, assolir un “món millor”. En aquest sentit, els Jocs Olímpics permetrien a la joventut (només homes) de tot el món coneixes i respectar-se mútuament i, d'aquesta manera, dissipar de mica en mica la ignorància que sol desembocar en malentesos i conflictes. La pau internacional no s'aconseguirà només amb una distribució més equitativa dels recursos materials sinó, alhora, amb la possibilitat de fer arribar a tothom, rics i pobres, “el plaer muscular”.
- A diferència del que sol creure's, l'amateurisme no fou una “obsessió” de Coubertin (VARELA, A.M.; 1988: 46). Més aviat el considerarà com un tema superflu i anacrònic (“Los problemas del amateurismo perdieron para mí el poco interés que todavía conservaban (...) Dejen en paz a el Juramento Olímpico, de cual soy el progenitor orgulloso y feliz, o ¿queréis que él exija a los atletas participantes en el Estadio Olímpico un amateurismo absoluto, del cual yo soy el primero en reconocer como imposible? Únicamente pido al Juramento una sola cosa: La lealtad deportiva”⁷) que, molt sovint, eclipsava la dimensions religiosa i social de l'esport: no sols calia

⁷ DURÁNTEZ, C.; 1994: 83-84.

eliminar les diferències de classes en l'esport sinó que, alhora, els Jocs Olímpics havien d'esdevenir una mena de "religió laica" (*religio athletae*), un estil de vida, basat en "la alegría del esfuerzo, el valor educativo del buen ejemplo y el respeto por los principios éticos fundamentales" (citada per DURÁNTEZ, C.; 1994: 85) que, en principi, havia de resoldre els problemes d'anomia d'una època d'extrema racionalització i secularització. D'aquí la transcendència de dotar els Jocs Olímpics d'uns símbols i uns rituals (bandera, lema olímpic, torxa,...) que el diferenciessin dels altres campionats del món.

- L'Olimpisme s'hauria de caracteritzar per la independència més absoluta en relació als interessos nacionalistes o corporatius. Això justifica la cooptació com a mecanisme de designació dels membres que integren l'Olimpisme.
- Els Jocs Olímpics, en tant que reunió de tots els pobles del món, haurien de ser mundials i tots els esports haurien de ser tractats de la mateixa manera.
- En els Jocs Olímpics no hi hauria d'haver gaires esports d'equip perquè el principal objectiu és la "glorificación del campeón individual, cuyas hazañas son necesarias para mantener la ambición y el entusiasmo generalizados" (citada per DURÁNTEZ, C.; 1994: 88). Les competicions són entre individus i no pas entre estats.
- Com en els Jocs d'Olímpia, les celebracions esportives haurien de ser productores d'art (en el sentit que l'esport és bellesa) i motiu per realitzar manifestacions artístiques. És el que avui en dia anomenen "Olimpíada Cultural".
- Davant la possibilitat que els Jocs esdevinguin un motiu de gigantisme i mercantilització, Coubertin preconitzà "organizaciones más simplíficas, alojamientos más uniformes y más tranquilos a la vez, menos festejos y sobre todo contactos más íntimos entre atletas y dirigentes sin políticos y oportunistas que los dividan" (citada per DURÁNTEZ, C.; 1994: 104).

Es pot estar discutint indefinidament sobre les contradiccions la figura i el llegat de Coubertin, però el fet de dedicar-li tantes pàgines és una bona mostra de la seva importància per l'Olimpisme modern. De fet, la Carta Olímpica vigent actualment recull bona part dels seus principis, quasi bé calcats literalment, sobre el que hauria de ser "l'esperit olímpic":

"El Olimpismo es una filosofía de vida, que exalta y combina en un conjunto armónico las cualidades del cuerpo, la voluntad y el espíritu. Aliado el deporte con la cultura y la educación, el Olimpismo se propone crear un estilo de vida basado en la alegría del esfuerzo, el valor educativo del buen ejemplo y el respeto por los principios éticos fundamentales universales.

El objetivo del Olimpismo es poner siempre el deporte al servicio del desarrollo armónico del hombre, con el fin de favorecer el establecimiento de una sociedad pacífica y comprometida con el mantenimiento de la dignidad humana.

Del Olimpismo Moderno ha surgido el Movimiento Olímpico, dirigido por el COI. El Movimiento Olímpico tiene como objetivo contribuir a la construcción de un mundo mejor y más pacífico, educando a la juventud a través del deporte practicado sin discriminaciones de ninguna clase y dentro del espíritu olímpico, que exige comprensión mutua, espíritu de amistad, solidaridad y juego limpio” (CIO; 1995: 10-11).

Una altra cosa és que a la llarga Coubertin, creador d'un mite molt poderós i contradictori (COLOMÉ, G.; 1992: 140), hagi acabat esdevinent part integrant del seu propi mite i, com a tal, pugui ésser objecte de contínues reelaboracions i altres processos vinculats a l'anomenada “alternació”.

III.3. TRAÏCIÓ A “L'ESPERIT OLÍMPIC”?

Com acabem de veure, fraternitat, igualtat, solidaritat, *fair play*, noblesa, amateurisme, etc... són alguns dels valors que, en un principi, configuren el tan lloat “esperit olímpic”. Sí, Pierre de Coubertin va pensar en els Jocs Olímpics com l'esdeveniment mundial que havia d'ajuntar la humanitat i, alhora, constituir el model de la pràctica esportiva arreu del món.

Ara però, a les acaballes del segle XX cal preguntar-nos, què en queda de tot això? La resposta per molta gent seria tan senzilla (i simplista) com: res!!! Efectivament, amb la mercantilització de l'esport i la instauració del que alguns, irònicament, anomenen “El Club”, l'Olimpisme s'ha convertit en quelcom que faria tornar Pierre de Coubertin a la tomba si mai aixequés el cap. De fet, tothom reconeix que els Jocs de 1952, a Hèlsinki, foren els més purament olímpics i el més respectuosos amb l'ètica olímpica. Tanmateix, “foren uns jocs testimonis d'un passat que realment mai no va existir, però en el qual els finesos creien. Uns jocs del físic absolut com a moral existencial kierkegardiana. Un patiment bergmanià. Un fàstic” (DOMINGO, X.; 1992: 131). Aquesta mena d'esdeveniments serien impensables en l'actualitat, on l'esport-espectacle (i mediàtic) s'ha imposat a la mera concepció de l'esport com a pràctica individual gairebé mística.

Vyv Simson i Andrew Jennings, dos dels periodistes que més han investigat sobre el món de l'Olimpisme comenten:

“El mundo del deporte olímpico moderno es un mundo reservado, elitista, donde las decisiones acerca del deporte, nuestro deporte, se toman a puerta cerrada; donde el dinero se gasta en crear un estilo de vida fabuloso para un reducido círculo de funcionarios, en lugar de proporcionar facilidades para los atletas; donde el dinero destinado al deporte se ha desviado hacia cuentas bancarias en el extranjero y donde los funcionarios presiden eternamente, sin necesidad de someterse a un molesto proceso de elección.” (SIMSON, V, i JENNINGS, A.; 1992: 7).

Per més d'un entès en el tema, totes aquestes acusacions, i moltes més, són imputables a “El Club”. Veiem, doncs, què es comenta sobre la “*cara oculta de la lluna*”.

Abans de res, què és “El Club”? Simson i Jennings comenten que “El Club” és una de les societats tancades més secretes, poderoses i lucratives del món⁸. Els seus líders són una colla de personatges que han anat pujant graons fins arribar a controlar l'esport mundial. Els líders polítics del món els tracten com si fossin caps d'estat i, per si fos poc, les universitats i caps d'estat els hi atorguen medalles, condecoracions i doctorats honoraris.

D'entre els membres del “Club” un dels més destacats és, sense cap mena de dubte, Juan Antonio Samaranch. Aquest diu que el Comitè Olímpic Internacional és “la autoritat moral líder del esport competitiu en el món”. La frase surt de la boca del líder d'una organització que fou humiliada a Seül quan es va veure obligada a treure la medalla d'or dels 100 metres a Ben Johnson per estar ple d'esteroides.

Des de que Juan Antonio Samaranch va arribar al CIO, concretament l'any 1966, l'organització ha passat de la pobresa a la opulència. A començaments de la dècada dels 60 la posició financera del Comitè Olímpic Internacional era catastròfica. Als Jocs de Roma el 1960 es van perdre més de 30 milions de pessetes; però hi havia un bri d'esperança. Les cadenes de televisió del món venien al rescat; tot i això el futur seguia essent incert. El membre del CIO per Kenya per aquella època, Reggie Alexander, va suggerir cercar un comptable que de forma desinteressada portés els comptes del CIO; s'ha prosperat des d'aleshores. Ara la prestigiosa firma internacional *Price Waterhouse* s'encarrega de fer les auditories del CIO.

Segons Simson i Jennings el desembre de 1990 el CIO gaudia d'un pressupost anual de més de 2.000 milions de pessetes i actius per valor de 11.800 milions. Hi ha quasi 6.000 milions en efectiu dividits en francs suïssos i dòlars nord-americans.

A més, el CIO de Samaranch, amb seu principal a Suïssa, ha crescut d'un grup d'onze persones a una nòmina de més de seixanta treballadors que treballen en un luxós complex d'edificis a Lausanna. La factura anual de la nòmina puja a 8 milions de francs suïssos, i aviat hi haurà noves oficines i nous salons. D'aquesta manera l'imperi continua creixent, les “molt personals” comissions del CIO, les quals porten els assumptes de finances, *doping*, medicina esportiva i l'organització dels Jocs d'estiu i d'hivern, han passat de set que hi havia el 1966 a disset en l'actualitat. Les despeses d'aquestes comissions arriben als 4,5 milions de francs suïssos anuals.

Els viatges arreu del món dels membres del CIO, en primera classe o en avions privats, i el seu allotjament als hotels de luxe costa al voltant de 2 milions de francs suïssos. Una suma addicional de francs s'inverteix en anuncis de premsa, publicacions de luxe i exercicis de relacions públiques.

El cobriment professional dels mitjans de comunicació és vital. El CIO ha contractat una de les agències de

⁸ “El Club” és quasi bé una forma eufemística d'anomenar el CIO on, segons afirmen Simson i Jennings, tan sols s'hi arriba i s'hi té èxit i poder a través de tractes de favor i aliances amb els més poderosos. Tot i això, “El Club” té una colla de personalitats molt rellevants; en primer lloc i trobem a Juan Antonio Samaranch, actual president del CIO; també hi trobem a Joao Havelange, membre del CIO i mític president de la FIFA (Federació Internacional de Futbol Associat); un altre puntal d'aquest club és Primo Nebiolo, president de la FIAA; d'altres personatges importants són Mario Vázquez Raña (membre del CIO i president de l'Associació de Comitès Olímpics Nacionals); Un Yong Kim (membre del CIO i president de la Federació Mundial de Taekwondo;) i finalment l'artífex, tal i com veurem més endavant, de tot aquest entramat, Horst Dassler, el desaparegut empresari i cap suprem de les totpoderoses Adidas i ISL.

relacions públiques més grans del món. Segons Samaranch "... el mundo del deporte ha venido cambiando rápidamente y la complejidad de los temas y la variedad de los intereses comerciales crecen constantemente. Para manejar estas circunstancias hemos decidido aumentar el alcance y profesionalismo de nuestras comunicaciones." (SIMON,V. i JENNINGS, A.; 1992:20).

La *Grey Advertising Agency*, l'agència de publicitat que el CIO ha contractat "per augmentar l'abast i professionalisme" de les seves comunicacions s'expressa més directament: "Según nuestro punto de vista el movimiento olímpico internacional és como una *marca* que necesita un guardián y se encargue de desarrollar su potencial. Nuestra compañía se siente orgullosa de la lista de éxitos que hemos obtenido brindando asistencia a clientes para imponer en el mercado las principales marcas mundiales. Esperamos ayudar al CIO en esta misma forma" (SIMON,V. i JENNINGS, A.;1992: 21).

Sí, els Jocs Olímpics són considerats com una "marca mundial"; aquest nou Olimpisme de Samaranch és un món nou força diferent al de l'ex-president olímpic que va declarar que els Jocs Olímpics "no son un negocio y quienes pretendan hacer dinero con el deporte no son deseados. ¡Es tan simple como eso!" (SIMON,V. i JENNINGS, A.; 1992: 21). Ara els que desitgin fer diners amb l'esport se'ls rep amb els braços oberts; i la quantitat de diners que el CIO obté de les cadenes televisives per a la transmissió dels Jocs i les grans empreses comercials és, senzillament, astronòmica⁹.

Però com va començar tot això? Què o qui s'amaga darrera "El Club" i aquest gran negoci? La resposta d'aquest gran enigma la trobem al voltant d'un individu anomenat *Horst Dassler* i la seva multimilionària Adidas. D'una forma força exhaustiva, Simon i Jennings destrien i descobreixen com sota la tutela de Horst Dassler els líders esportius del món han assolit un poder i prestigi amb el que mai havien somiat. Manipulant intel·ligentment a tots aquells amb necessitats "d'auxili esportiu" Dassler va crear una estructura on els negocis del món dominen l'esport internacional. En aquest procés també va convertir la seva empresa d'equips esportius Adidas i la seva companyia de comercialització ISL en dues de les institucions esportives més influents del món.

Deu anys després de la seva mort, la seva família ja no controla la firma Adidas, però sí la comercialitzadora ISL. Aquesta posseeix els drets mundials exclusius per vendre la Copa del Món de Futbol, els campionats mundials d'atletisme, els campionats mundials de bàsquet i, finalment, els Jocs Olímpics.

El senyor Dassler es va convertir en l'amo i senyor dels titelles del món esportiu. Movent les cordes per crear canvis massius, el seu èxit més gran fou assolir el control dels Jocs Olímpics. En el seu entusiasme per ser l'amo dels titelles era realment bo, rera els vestidors sabia que tot el que passava s'havia donat en total concordança amb un pla dissenyat minuciosament.

Partint de l'acumulació de poder d'aquest poderós alemany es va començar a teixir el que coneixem com a

⁹ Comptant tan sols el que van acordar pagar les cadenes de televisió del món la quantitat per retransmetre els Jocs de Barcelona va arribar a un total de 633 milions de dòlars. La cadena nord-americana NBC va firmar un contracte per 90 milions de dòlars; la NHK japonesa va pagar 62,5 milions de dòlars; el Canal 7 australià uns 35 milions de dòlars; fins i tot Europa Oriental que en l'actualitat no és que tingui molts diners va pagar 4 milions de dòlars. Aquestes sumes són

“El Club”. Dassler sabia que per tenir encara més control sobre l'esport calia tenir a la butxaca els seus màxims dirigents mundials, alhora, aquests sabien que si volien ésser alguna cosa en el món del esport mundial havien de gaudir de l'aprovació i el suport de Dassler. D'aquesta manera es va donar una mena de simbiosi entre una sèrie de personatges que ha portat, per una banda al seu enriquiment personal, i per l'altre al deteriorament de la noblesa de l'esport i els ideals olímpics.

D'aquesta manera, el primer que es va situar al costat de Dassler fou el totpoderós president de la FIFA, Joao Havelange. Ambdós es tenien un respecte mutu, però per sobre de tot Havelange sabia que era i es mantenia en el seu lloc gràcies al incondicional suport de Horst Dassler. Un altre membre del “Club” que també deu el seu lloc a Dassler és Juan Antonio Samaranch. Gràcies al suport de Dassler i Havelange el 16 de juny de 1980 fou escollit president del Comitè Olímpic Internacional, finalment era membre del “Club” que horst Dassler estava consolidant amb tanta cura.

La “joia de la corona” del “Club” la formen Primo Nebiolo i la seva Federació Internacional d'Atletisme. Aquest, malgrat no forma part del CIO (cal dir que de ganes no ni falten), és un altre dels prohoms del esport internacional. Nebiolo té a les seves mans l'èxit dels Jocs Olímpics: l'atletisme. Dassler, que molt aviat se'n va adonar, va portar, com ja era costum, a Nebiolo fins al cim de la seva organització, a l'hora que això constituïa un passaport directe per ésser membre de “*El Club*”.

Tots aquests i molts d'altres formen l'èlit del esport mundial, un esport que teòricament ha d'éstar regit sota els ideals del esperit olímpic. Malgrat tots els seus defectes, els inicis del CIO estaren marcats per una aurèola d'honorabilitat, noblesa i cavallerositat en part producte, com hem vist, de les narracions dels “experts”. Ara, això ha desaparegut, la mercantilització del esport ha defenestrat definitivament aquests ideals a un mer discurs mític i ideològic al entorn del esperit olímpic. Mentre constantment se'ns recorda la necessitat de creure i lluitar per aquests ideals, els màxims dirigents del esport s'han llençat i han llençat l'Olimpisme al festí del diner i el poder. “En la *religio athletae* ningú no hi creu, encara que cada quatre anys (si no hi ha guerres mundials) una ciutat continuï jurant fe en l'olimpisme i la seva ideologia” (DOMINGO, X.; 1992: 29).

És possible que diversos crítics de l'Olimpisme actual, entre ells Simon i Jennings, caiguin en un cert sensacionalisme; però, malauradament, a vegades l’“experiència” sembla indicar que les seves denúncies poden no estar gaire allunyades de la realitat. Observem, doncs, alguns dels casos i escàndols més paradigmàtics que en els darrers anys han envaït l'esport internacional.

Un exemple força escandalós de les actuacions i la permisivitat del CIO el trobem en la relació entre Països Àrabs (sobretot els poderosos productors de petroli) i Israel. Sí, Fahd Al-Ahmad Al-Jaber Al-Sabah, membre del CIO per Kuwait, va aconseguir corrompre, gràcies al generós repartiment dels petrodòlars, a una porció considerable dels Jocs Olímpics, a més de trepitjar els seus reglaments i convertir els ideals del moviment en un sinònim d'engany i racisme. Fahd, gràcies a la segmentació de les organitzacions esportives en zones geogràfiques va aconseguir de forma sistemàtica i deliberada aïllar i discriminar les delegacions esportives

adicionals als 289 milions de dòlars que les cadenes televisives van pagar pels Jocs Olímpics d'hivern a Albertville. En els Jocs Olímpics de Roma la televisió va pagar tan sols 1 milió de dòlars.

israelites que havien de competir en l'àrea asiàtica dominada pels països àrabs, històrics enemics d'Israel.

Una nova i amarga experiència la trobem en els Jocs Olímpics que el 1988 es van celebrar a Seül. Sense cap mena de dubte les llargues i difícils negociacions per vendre els drets televisius a les cadenes de televisió nord-americanes van amagar un autèntic drama subterrani. L'argument d'aquest nou escàndol gira entorn de les finals dels esports clau a Seül; l'anècdota fou l'horari, i el personatge principal fou l'atletisme.

El més emocionant dels Jocs són les finals, quan es guanyen i es perden les medalles. Tan sols en aquest instant és quan el món es concentra més en la televisió. Tradicionalment les finals dels esports olímpics més importants es realitzen al final de la tarda; a Seül, això va portar grans problemes. Degut a la diferència horària entre Seül i Nova York, les finals programades a la tarda sortirien en directe als EUA molt tard, a la matinada, això, evidentment significava la ruïna financera. Si les finals no es feien més aviat als Estats Units l'audiència televisiva seria molt reduïda. A conseqüència d'això els Jocs tindrien poc interès pels anunciants, en aquestes condicions les cadenes televisives no pagarien res per transmetre els Jocs Olímpics. Les finals a mitjanit farien davallar vertiginosament el valor dels Jocs.

Les cadenes nord-americanes necessitaven que les finals claus de tots els esports no tinguessin lloc més enllà del migdia, hora de Seül, perquè les transmissions als EUA passessin a hores de major audiència. D'aquesta manera sí es garantitzaven ingressos publicitaris. La decisió de canviar l'hora de les finals tan sols podia ésser presa per cada federació internacional. Naturalment, la federació clau, la que proporcionava més audiència televisiva era la d'atletisme, federació que, com ja hem vist, és controlada per un membre del "Club", l'astut Primo Nebiolo. Aquest sabia que controlava el producte que més desitjaven els coreans, el comitè olímpic i les televisions. Així començà la jugada mestra.

Nebiolo era conscient que el seu esport tenia la clau del èxit o fracàs dels Jocs, els coreans eren vulnerables, i quan més temps tardés en que s'assolís un acord entre les televisions, el comitè i els coreans més beneficis podia obtenir. I realment estava en lo cert, sembla ser que per arribar a un acord els coreans van haver de fer un "humil donatiu" de 20 milions de dòlars (més de 2.000 milions de pessetes) als comptes bancaris del senyor Nebiolo.

Un altre cas on hi trobem la petja d'aital personatge el trobem en un dels escàndols més sonats del atletisme internacionals; el lloc els Mundials d'Atletisme de Roma, l'any el 1987. La història comença quan en una reunió dels oficials i jutges del mundial va aparèixer una directriu: no importava el cost, però els atletes italians havien de guanyar medalles.

Essent conscients d'això, ens trasllem a Roma, l'estiu del 87, i ens fixem en la competició del salt de longitud. En aquesta competició l'atleta italià Giovanni Evangelisti va guanyar, il·legalment, la medalla de bronze en detriment del nord-americà Larry Myricks. "L'affaire" però es va destapar, diaris italians com *L'Espresso* i el *Corriere dello Sport* no van parar de denunciar el fet i d'acusar Primo Nebiolo com a màxim responsable de la situació. Finalment després de diverses investigacions es va demostrar la farsa, d'aquesta manera Myricks va passar a ocupar el tercer lloc i Evangelisti el quart. Després d'algunes sancions i expulsions les aigües van tornar a lloc, evidentment Nebiolo en va sortir totalment net i va evitar l'escàndol

que hauria acabat amb ell.

Un altre dels punts més foscos i deplorables del esport i de l'Olimpisme es se'ns dubte la qüestió que gira al entorn del *doping*. Resulta profundament preocupant la desorientació amb que els dirigents esportius han tractat els exàmens contra el consum de drogues. La brutalitat del fet rau en el fet que des de fa vint anys, els membres del "Club" saben que sotmetre als atletes a les proves *antidoping* el dia de la competició a més d'ésser una burla i un sofisme de distracció, constitueix una pèrdua de temps i diners. Metges i entrenadors assessoren professionalment als qui prenen drogues durant el lapsus de temps en el que es poden descobrir indicis de medicaments en els seus organismes.

L'únic sistema per dissuadir als esportistes que consumeixen drogues consisteix en les proves al atzar. Aquestes són les úniques que desperten temors car en qualsevol moment durant l'entrenament o en el programa de drogues es pot presentar un equip que prengui mostres. El problema, com ja era d'esperar, és que les proves d'atzar quasi mai es duen a terme malgrat fa més de dos dècades que estan sol·licitades.

Confiar únicament amb les proves durant els esdeveniments esportius és una farsa que es va descobrir tan aviat com un estrany es va dedicar a investigar el turbulent món del esport. Després del escàndol de Ben Johnson, el govern canadenc va nomenar al magistrat Charles Dubin perquè investigués el cas. La seva neutralitat clara i independent va desemmascarar l'engany que havia perdurat durant molts anys.

"A pesar de estar al tanto de la falacia que representan las pruebas de laboratorio durante las competencias, tal como se han llevado a cabo durante muchos años", escribió Dubin en su informe, "las comisiones médicas de las organizaciones deportivas tales como la FIAA i el CIO no han tomado las medidas necesarias para divulgar más ampliamente este hecho. Al no hacerlo, han dado la impresión de que las competiciones son justas y que los laboratorios no pueden ser engañados". (SIMSON, V. i JENNINGS, A.;1992: 195).

Els dirigents del CIO i les federacions esportives no ofereixen cap excusa. Els seus propis científics esportius han assenyalat la urgència i la necessitat d'imposar les proves al atzar des de començaments de 1970. Tot i això, encara no s'ha donat cap pas per instaurar-les. Si les federacions i el CIO tinguessin el desig de eliminar l'ús de les drogues haurien pogut invertir la milionària xifra procedent de la televisió i dels patrocinis per "netejar" els esports. Si ho haguessin fet, Ben Johnson mai s'hauria classificat per formar part del seu equip nacional.

La cosa però no queda aquí, amb els anys, assenyalen V.Simson i A.Jennings, s'ha comprovat que moltes federacions nacionals i internacionals han fet ulls clucs davant de molts consumidors de drogues, han encobert resultats positius, i s'ha comprovat que sovint són elles mateixes les que proveeixen d'esteroides als seus equips nacionals¹⁰.

El CIO i les federacions com la FIAA publiquen documents sobre les conseqüències i la nocivitat del *doping*.

¹⁰ Una raó de força pes perquè les altes instàncies esportives siguin permissibles amb l'ús de drogues, arribant al cas que fins i tot són les mateixes federacions qui instauren aquests programes de drogues, rau en el fet que les competicions amb

Inverteixen modestes sumes de diners en conferències per científics esportius, però han estat reticents a invertir en tècniques d'investigació per millorar els mètodes de detecció. El que mai s'ha fet és utilitzar la seva autoritat per patrocinar investigacions amb el fi de determinar quí s'està dopant, quí està subministrant drogues i si les seves pròpies polítiques de depuració són eficaces¹¹.

El CIO i la FIAA resten importància a la enfermetat que actualment corrou l'esport. A finals de 1988 el CIO va anunciar: "Estem guanyant la guerra al *doping*". Un dels plans al qual el CIO va donar més publicitat fou el d'un laboratori rodant per ajudar a implantar les proves al atzar. Es va calcular que costaria un milió de dòlars per establir-lo i uns 50 milions de pessetes per mantenir-lo. Era un projecte força impressionant: la política antidrogues del CIO arreu del món cercant els consumidors. Com sempre, es va tractar d'un pur castell de focs d'artifici; 18 mesos més tard el CIO, després d'invertir 40 milions de dòlars en un nou Museu Olímpic a Lausanna, va cancel·lar discretament el projecte al·legant l'elevat cost.

Finalment, d'entre el munt d'exemples i casos existents sobre irregularitats al entorn dels Jocs Olímpics n'hem triat un de força paradigmàtic i exemplificador del què realment ha esdevingut el CIO.

Des de 1965 el CIO va establir que les ciutats que volguessin servir de seu dels Jocs olímpics havien d'abstenir-se d'oferir recepcions i festes durant les assemblees del CIO. També es va ordenar que el nombre de delegats de cada ciutat havia d'ésser com a màxim de 6 persones. I, el més estricte de tot, va prohibir donar obsequis als membres del CIO.

Trenta anys més tard les directives del CIO segueixen fent les mateixes recomanacions mentre les ciutats candidates i els membres del CIO continuen oblidant-les "olímpicament". L'abril de 1991 es van establir un conjunt de normes per castigar amb severitat als qui fossin clarament complaents. Aquestes restriccions van començar a funcionar el dia següent de celebrar-se l'assemblea de Birmingham. D'aquesta forma la ciutat japonesa de Nagano i les seves rivals van invertir el que van voler, i els membres del CIO van rebre tot el que se'ls va oferir. Tan Nagano, la ciutat guanyadora, com la seva rival Salt Lake City, van llogar mansions privades amb la intenció de demostrar la seva hospitalitat, violant flagrantment les recents normes. Evidentment, no hi va haver cap mena de càstig. Ambdues ciutats van portar a Birmingham més de mil partidaris, i els costos d'inversió de les cinc ciutats candidates als Jocs van pujar a més de 5.000 milions de pessetes.

Abans, en d'altres èpoques, ni tan sols pagant a la ciutat, aquesta volia organitzar els Jocs Olímpics. Després de les enormes pèrdues de Montreal poques ciutats estaven disposades a enfrontar-se a dues dècades de deutes. Tan sols Los Angeles va tenir la confiança com per presentar-se com a seu dels Jocs de 1984. Òbviament no van haver d'oferir molts regals als membres del CIO; aquesta però, fou la darrera campanya de promoció amb unes despeses de promoció baixes. Un cop acabats els Jocs, quan els organitzadors van declarar que havien obtingut un benefici de 21.500 milions de pessetes es va obrir un nou món per un reduït

atletes que fan marques pròpies de superhomes (evidentment aquests van drogats) tenen un preu de "venda" al mercat i un interès publicitari que proporciona una considerable suma de diners a les federacions i organismes esportius internacionals.

¹¹ A tot això cal afegir-hi que amb aquest posicionament els organismes esportius estan destruint, un cop més, l'esperit olímpic. Alhora però, i com a fet més preocupant, aquests organismes estan permetent que es jugui amb la vida d'éssers humans que estan ingerint substàncies amb uns efectes colaterals perjudicials per la seva salut.

cercle de ciutats. La següent campanya per cercar la seu dels Jocs de 1992 va imposar un nou estil.

“En la historia del movimiento olímpico nunca se había visto nada parecido”, dijo Denis Howel, quién dirigió la propuesta de Birmingham frente a la afortunada Barcelona, “No se puso ningún límite al número de recepciones, ni al dinero que se podía invertir en ellas, ni a las visitas de los miembros del CIO, ni a los regalos que podían recibir” (SIMSON, V. i JENNINGS, A.;1992: 252).

El pressupost per la campanya de Birmingham, primer estimat en 260 milions de pessetes, es va incrementar en 170 milions. La guanyadora, Barcelona, va invertir 780 milions de pessetes. I aquest és tan sols el pressupost de dos de les sis ciutats que volien els Jocs d'estiu. Set ciutats candidates addicionals van competir per obtenir la seu dels Jocs Olímpics d'hivern del mateix any. La inversió total, segons les dades oficials, de les tretze ciutats va pujar a 3.300 milions de pessetes. La xifra no oficial es desconeix.

Tots aquests milions van dirigits a un sol objectiu: obtenir més de 40 vots en el CIO. No existeix cap altra forma d'obtenir la seu pels Jocs Olímpics. Qualsevol ciutat candidata ha de dirigir la seva atenció única i exclusivament cap als membres del CIO.

A partir de les crítiques que aquest comportament va suscitar en diversos diaris (*London Explorer*, el *Frankfurter Allgemeine Zeitung* de Frankfurt, o el *Süddeutsche Zeitung* de Múnic) va començar a aparèixer una imatge dels membres del CIO com a persones cobdiciosos i excessivament indulgents. Això va resultar potencialment perjudicial i des del CIO es va intentar donar la impressió que s'estaven prenent mesures. Així des de Lausana es van enviar noves regles on es demanava eliminar les exhibicions, festes, etc... per tal d'aconseguir vots. Alhora també es va demanar eliminar l'allau de costosos regals que s'embutxacaven els membres del CIO. Com sempre, ens trobem davant d'una sèrie d'actuacions de cara a l'aparador car en cap moment han tingut cap mena de validesa real.

Un clar exemple del que realment és aquest món el trobem en la cita d'una jove estudiant que per les vacances va treballar a l'assemblea de Birmingham, aquesta deia:

“No sabía lo que me esperaba cuando comencé. Poco a poco nos fuimos dejando llevar por la atmósfera de la nominación. Pronto me volví cínica. Al finalizar la semana comencé a preguntarme qué tenía que ver todo aquello con el deporte. era un gran espectáculo. Pero era una mentira evidente; todos parecían decididos a gastar el máximo dinero.

Nada de esto me parecía relacionado con lo que yo creía eran los Juegos Olímpicos. Ya sabe, excelencia, logros y todo eso. Los Juegos Olímpicos no son tan nobles ni tan inocentes como se cree o se quiere hacer creer. El aspecto moral no resulta tan obvio. Lo importante es el dinero; se trata simplemente de otro éxito comercial a conseguir. Sin embargo, al final de la semana ya había decidido que me gustaría ser en el futuro: miembro del CIO” (SIMSON, V. i JENNINGS, A.; 1992:270).

Fins aquí hem vist les denúncies que una sèrie de periodistes (entre ells Simson i Jennings) i ex-membres del CIO han fet a l'actual direcció i organització del major esdeveniment de la humanitat que, teòricament, havia d'estar regit per uns ideals nobles allunyats dels interessos personals (econòmics i polítics) que quotidianament es donen en el món. La pregunta que ens fem però, es si realment s'ha traïdonat l'esperit

olímpic.

Deixant de banda un fet com la mercantilització dels Jocs que, seguint el transcurs de la història i veient la globalització de la economia i la importància dels mitjans, sembla ser és quelcom inaturable hauríem de veure si a nivell d'accions més personals s'ha traït l'"esperit olímpic". És evident que si ens creiem les tesis que al llarg d'aquest apartat hem apuntat, l'Olimpisme s'ha vist traït en el seu si per una colla de personatges que per sobre de tot han cercat el lucre i poder personals. Tanmateix però, voldríem assenyalar que, prescindint d'aquest tipus d'acusacions més personalistes, els Jocs Olímpics s'han convertit en un aparador on cada seu intenta mostrar-se com a "la millor ciutat del món", aquesta mena d'elitització dels Jocs, conduïda entre moltes d'altres coses per una mena de sentit narcicista de la pròpia ciutat i els seus dirigents, ha deixat en un segon terme els països que degut a la seva situació econòmica i el seu estat de desenvolupament constitueixen el mal anomenat tercer món (aquí tan sols voldríem recordar que els responsables directes d'això som els anomenats "països del Nord"). Aquests països s'han vist arrossegats per una espiral que, contràriament a la unitat i igualtat reclamades per l'esperit olímpic, tendeix a fer evidents i accentuar les diferències entre el "Nord" i el "Sud".

Els Jocs Olímpics, però, encara conserven una oportunitat especial: oferir la imatge d'un món millor quan veiem als joves competir lliurement i honrada cada quatre anys. El lema "és tan important participar com guanyar" és molt més que una frase tòpica del món del esport; es tracta d'un ideal, el fonament d'un estil de vida democràtic.

D'aquesta manera és inadmissible que una colla de personatges s'hagin apoderat del dret de prendre decisions transcendents sobre els Jocs Olímpics. Aquests són els responsables d'haver transformat els nostres Jocs d'un festival per aficionats a una funció de professionals del món del espectacle. En l'esport aficionat tan sols compta el valor intrínsec de la saludable participació; ara, la modalitat professional es relaciona íntegrament amb fer diners, guanyar a qualsevol preu i deixar-se manipular pels empresaris. Pot ésser divertit; ha d'ésser rentable; però està molt lluny d'ésser ètic i democràtic.

Però, com és possible que haguem permès que s'invertissin els valors dels Jocs Olímpics, aquells que representen la suma i la síntesi de la sinceritat, la democràcia i el debat lliure? Els ideòlegs de Lausanna ens diuen que l'esport és nostre i que aquest ha de tenir un gran valor per nosaltres. Al mateix temps però, ens neguen qualsevol tipus de participació en les seves deliberacions. Preparen interminables informes de premsa, discursos i declaracions d'intencions, ens repeteixen que els Jocs són per el món sencer; tanmateix, a cada pas distorsionen la realitat. Els Jocs no són res més que un exemple de primàcia occidental per sobre de la resta del món; sí, en certa manera els Jocs olímpics són pel món sencer, sempre però, sota el prisma d'occident i els seus valors, oferint-nos de nou tribut al nostre ego.

Com molt bé ens diu Kai Hong els Jocs Olímpics de l'era moderna s'han convertit en un mer espectacle, sobretot però, un espectacle tecnològic que, com ja hem citat anteriorment, estan al servei dels interessos d'occident. La tecnològització dels Jocs no sols es dona en el seu aspecte formal, en el seu contingut, en la seva part més essencial, o sigui, en els atletes la tecnologia és un fet. Els programes d'entrenaments amb computadores, el *doping*, etc... estan transformant els atletes accentuant perillosament la competitivitat entre

ells (val a dir que hi ha molts diners en joc) i la diferència econòmica de llurs respectius països (HONG, K.; 1987: 1).

Així, hi ha qui per a l'Olimpisme, una de les poques institucions humanes que encara es basen en l'idealisme, semblen haver caigut en un pou de difícil sortida. Es confia en el futur per saber si es tornarà a recuperar, de nou, aquell esperit mitificat que un dia, a mans de la història, el diner i una colla de mercenaris, es va esmunyir. De moment, la polèmica està servida (i, per tant, també els processos de reformulació institucional); si més no perquè les interpretacions de Olimpisme són tan diverses com contradictòries. Si per alguns:

“De fet, l'olimpisme, nascut fa un segle, no ha evitat mai cap guerra, no ha millorat la raça humana ni físicament ni moralment, cosa que els mateixos jocs fan palesa, ni ha facilitat gaire l'amistat i la comprensió entre els pobles i la gent, si no més aviat el contrari” (DOMINGO, X.; 1992: 19).

Per altres, en canvi:

“Los principios olímpicos que rigen el funcionamiento del olimpismo permanecen inmutables como siempre. Igualdad, no discriminación, paz, justicia, democracia, igualdad de oportunidades, honor al talento, respeto al vencido, etc...” (DURÁNTEZ, C.; 1994: 103).

“[Coubertin] quería que todo hombre tuviera las mismas oportunidades para tomar parte en competiciones deportivas. Creía que si esto llegaba a ocurrir, buena parte de los atletas más destacados, de las “estrellas”, serían inevitablemente hombres de distintas procedencias sociales, él “esnobismo” y las “castas” sociales que él rechazaba, desaparecerían despacio, pero con toda seguridad. En 1990, este ambicioso objetivo social del Movimiento Olímpico de Coubertin se ha logrado en gran parte” (DURÁNTEZ, C.; 1990: 5).

“(…) la infantesa de l'home del segle XX s'ha vist marcada, de manera indeleble, per la fraternitat que l'Olimpisme ha sabut desvetllar. No és endebades que el CIO sigui l'única organització internacional on conviuen en pla d'igualtat la Xina de Pequín i la de Taiwan. Només l'Olimpisme va aconseguir de formar, de manera reiterada, un sol equip amb les dues zones d'Alemanya, unides sota la mateixa bandera, el mateix himne i els mateixos dirigents. Les dues Corees han competit amicalment ha desgrat de la rancúnia que habita en ambdues bandes del paral·lel 38 d'aquella península asiàtica. L'Olimpisme ha configurat l'home del segle XX, i no tan sols la nova joventut” (VARELA, A.M.; 1988: 18-19).

IV. LA PRESERVACIÓ DE L'“ESPERIT OLÍMPIC”

IV.1. EL PAPER DELS MASS MEDIA.

Una de les principals característiques dels Jocs Olímpics de l'actualitat és llur interdependència respecte els *mass media*: “els mitjans de comunicació defineixen l'Olimpisme modern, però a la vegada ha de dir-se que els Jocs Olímpics ofereixen als mitjans de comunicació la gran oportunitat d'experimentar i posar a

prova tot el seu potencial en transformació” (DE MORAGAS, M.; 1992 (a): 69). Aturem-se per uns instants en els dos pols d'aquesta dialèctica:

- **La importància dels Jocs Olímpics pels mass media.** Els Jocs Olímpics han estat tradicionalment un camp privilegiat d'experimentació de les noves tecnologies de la comunicació que anaven sorgint (DE MORAGAS, M.; 1992 (b): 132). Aquest fou el cas de la ràdio internacional, la televisió en blanc i negre i en color, la utilització dels satèl·lits i les grans pantalles d'alta definició.
- D'altra banda, les ingents quantitats de recursos que les cadenes de televisió han arribat a pagar per obtenir els drets de transmissió dels Jocs Olímpics (456 milions de dòlars la NBC i 255 la *European Broadcasting Union* pels Jocs d'Atlanta) ve explicada per qüestions de *marketing*. En efecte, els Jocs Olímpics és un dels pocs esdeveniments amb audiència mundial (per bé que el 30% de la població mundial no té accés a la televisió¹²) amb unes característiques molt idònies per les campanyes publicitat: és un grup social “amplio y masivo, pero también con una importante representación de hombres, con estatus económico alto y medio, y con edades comprendidas entre las que soportan la máxima capacidad de consumo” (DE MORAGAS, M.; 1992 (b): 146).
- **La influència dels mass media en el Moviment Olímpic.** Només cal tenir en compte que el 57% dels ingressos del Comitè Organitzador i el CIO en els Jocs Olímpics de Barcelona provingueren dels drets de televisió i patrocini (BRUNET, F.; 1995: 214) per adonar-se del pes dels “ingressos atípics” en el pressupost dels Jocs Olímpics.

A nivell formal, el paper dels *mass media* en els Jocs Olímpics es palesa en l'estructuració horària de les competicions. Donat el caràcter “planetari” de la audiència dels Jocs i la importància de la inversió econòmica realitzada per les cadenes de televisió, la distribució dels horaris no es realitza només en funció dels atletes; també hi intervenen (i no pas de manera tangencial) els problemes de diferència horària entre països i la celebració d'altres esdeveniments que poden desviar l'atenció cap els Jocs (la cerimònia d'inauguració dels Jocs Olímpics de Barcelona 1992 tingué menys audiència que la cerimònia de clausura a causa de la coincidència amb la darrera etapa del *Tour de France* que liderava M.Induráin).

L'espectacularitat que progressivament han anat adoptat les mateixes cerimònies inaugurals coincideix, per aquelles causalitats de la vida, amb l'augment de les inversions de la televisió en els Jocs (l'esport espectacle sembla que ha donat pas a l'esport-espectacle-mediàic). De fet, una anàlisi exhaustiva de la transmissió de les cerimònies revela que, a la pràctica, hi ha tantes cerimònies com *braodcastings*. La capacitat de manipulació que permet la producció pròpia (resums, talls publicitaris, imatges amb les càmeres pròpies) fa que les cerimònies hagin esdevingut un instrument més de reafirmació de les identitats nacionals (les televisions més poderosos intercalen la transmissió amb contínues imatges, reportatges i entrevistes relacionades amb el país de l'audiència) i, alhora, un exemple emblemàtic de l'anomenada “telenovelització” dels “productes comunicatius” (utilitzant la terminologia de M.Martín)¹³.

¹² DE MORAGAS, M.; 1992 (b): 164.

¹³ Veure MARTÍN, M; 1986.

A nivell substantiu, en canvi, el coneixement de l'Olimpisme en l'actualitat depèn del tractament que rep en els *mass media* (la qual cosa és una mostra a favor de les teories de dependència dels individus envers els *mass media*). D'aquí el control institucional que, en general, procuren exercir les institucions sobre els *mass media* (MARTÍN, M.; 1992): en la mesura que la informació emesa pels *mass media* és el resultat d'un procés previ de selecció i articulació a partir d'uns determinats valors simbòlics i interessos comercials i polítics (mediació cognitiva) i, alhora, assoleix el caràcter de visió pública i institucional dels objectes de referència (la definició de realitat), podria resultar molt perillós deixar que els *mass media* facin el que vulguin "a la babalà". Per això els principals polítics disposen de mecanismes formals i informals per controlar els continguts dels productes comunicatius.

Des de la perspectiva de la *semantització* de l'Olimpisme, no deixa de ser remarcable que un dels temes menys referenciats en les cerimònies d'inauguració dels Jocs Olímpics de Barcelona en les transmissions de TVE i la NBC fos l'Olimpisme (DE MORAGAS, M.; 1992 (b): 183). Es tractaria de veure si realment aquesta és una tendència més o menys generalitzada. En qualsevol cas, però, sembla que l'"esperit olímpic" es troba supeditat a qüestions mediàticament més importants. Per això no deixa de ser contradictori que sovint s'utilitzi "l'esperit olímpic" per a justificar i legitimar la importància dels Jocs quan, un cop establerts, amb prou feines és un dels aspectes tractats pels *mass media*.

En els següents apartats examinarem el cas concret del paper dels *mass media* en la preservació de l'univers simbòlic que representa "l'esperit olímpic" (tot i que, com acabem de veure, les referències explícites als valors de l'Olimpisme són força reduïdes en els *mass media*). Aquesta tasca no implicà només la difusió d'una versió "oficial" de consens, pau, harmonia, integració,... sinó, alhora, la destrucció o assimilació de les contradefinicions "herètiques". En d'altres paraules, es tractarà de veure com els mecanismes de teràpia i aniquilació entraren en funcionament abans, durant i després dels Jocs Olímpics de Barcelona 1992 per contrarestar dues de les fonts possible d'instabilitat i precarietat: el moviment per a la catalanització dels Jocs i la campanya "No'92".

IV.2. UN CAS DE TERÀPIA: EL MOVIMENT PER A LA CATALANITZACIÓ DELS JOCS DE BARCELONA 1992.

La celebració dels Jocs Olímpics a Barcelona va ser origen i motiu de moltes declaracions, debats, polèmiques, negociacions i alguna que altra manifestació. En aquest punt volem centrar l'atenció específicament en les campanyes que es van organitzar per assegurar una presència destacada dels símbols de "catalanitat" durant tots els Jocs.

Tot començà el 4 de febrer de 1992 quan Òmnium Cultural feu conèixer als mitjans de comunicació la campanya "Acció Olímpica" per tal de garantir la catalanitat dels Jocs Olímpics.

Els objectius que es proposava Acció Olímpica eren:

- "Vetllar perquè la nostra personalitat nacional, i ben especialment, la llengua

i els símbols- bandera i himne, rebin, per part de l'Organització Olímpica i de les institucions, el tractament que els correspon com a propis del país amfitrió dels Jocs Olímpics.

- Demanar a les persones i institucions representatives de qualsevol àmbit de la vida col·lectiva que facin, del respecte i la promoció dels símbols catalans, principis de la seva actuació.
- Mobilitzar-nos, de forma pacífica i responsable, fent ús dels drets que com a ciutadans ens emparen, per tal que, en tots els esdeveniments olímpics, l'acció personal de cada un dels catalans garanteixi la presència dels signe d'identitat de Catalunya, d'acord amb els principis de pau i germanor universal que inspiren els Jocs.

Els JJOO han de ser un èxit. Un èxit d'organització i un èxit esportiu. Però si la personalitat nacional de Catalunya no és present arreu, no seran un èxit complet. Evitar-hi és la raó principal que ens inspira" (fragment de diari *Avui* citat per CARDÚS, S.; 1995: 291-2).

Un cop celebrades les eleccions als Parlament de Catalunya al 15 de març, els partits polítics començaren a reobrir el debat. Fou ERC qui, després d'assumir la impossibilitat que el Comitè Olímpic Català fos reconegut pel CIO abans dels Jocs la *Carta Olímpica* estableix que un Comitè Olímpic Nacional (no estatal) serà reconeguda pel CIO sempre i quan compti amb almenys cinc federacions olímpiques reconegudes per les federacions internacionals), l'inicià amb la proposta de fer sonar *Els segadors* i hissar la bandera catalana en cas que el vencedor fos un atleta català; si succeïa que el vencedor era un equip espanyol amb jugadors catalans, aleshores s'hauria de fer sonar i hissar la bandera dels Jocs. A partir d'aquí es succeïren les rèpliques i contrarèpliques dels diferents líders polítics. Al bell mig de la "batalla per a la catalanització" s'hi afegí La Crida a l'interrompre un discurs del president del CIO, Juan Antonio Samaranch, en la inauguració del Congrés sobre "Dret i Esport" al col·legi d'advocats. Els membres de la Crida llegiren una carta en la qual reclamaven un comitè olímpic propi com a solució a la presència de la nació catalana en els Joc. Els comentaris posteriors de Samaranch, en els quals reconeixia que no hi havia cap problema perquè els Jocs es convertissin en una oportunitat per donar una imatge sobre la realitat de Catalunya, revifaren de nou l'atenció dels mitjans de comunicació.

A finals de març el vice-president del CIO (K. M'Baye) es reuní amb representants del COC a Lausanne per tal de trobar una solució a la presència i identificació de l'esperit català en els Jocs. Allí s'exposaren les reivindicacions del COC (presidit per l'ex-conseller d'Agricultura, Miró i Ardèvol): reconeixement i acreditació de la junta directiva del COC durant els Jocs; elaboració d'una llista de les persones que havien de desfilar darrera la bandera de Catalunya a la cerimònia inaugural, clarament diferenciada de l'equip d'Espanya; la utilització de bandera i himne catalans en cas de victòria de l'atleta català, i bandera i himne olímpics si era una selecció espanyola amb atletes catalans; i finalment, l'establiment d'un calendari fix per a l'ingrés del COC en el CIO, abans dels Jocs d'Atlanta.

El fet que el CIO reconegués al COC com a interlocutor per pactar estratègies de "pressió" sobre el Comitè

Oímpic Espanyol (si més no així fou interpretats pels mitjans de comunicació), feu donar a conèixer públicament els acords a què s'havia arribat uns dies abans en matèria de catalanització: en les cerimònies d'obertura i clausura, tant J.A.Samaranch com P.Maragall farien part dels seus discursos en català; la senyera seria present al costat de l'espanyola, l'olímpica i la de la ciutats en tots els edificis olímpics, seus i subseus; la programació musical de la cerimònia inaugural preveia la interpretació del *El cant de la senyera*,...

Poc després (8 d'abril) es celebrà una reunió entre els representants del COOB'92, el comitè organitzadors dels Jocs, per discutir la incorporació de dos nous símbols de catalanització a la cerimònia: la senyera i *Els segadors*.

La Crida, amb l'arribada de la torxa a Empúries, presentà la campanya "Freedom for Catalonia", l'objectiu de la qual era esforçar-se difusió mediàtica de la idea que Catalunya és una nació. A l'hora de la veritat, l'estratègia es concretà en l'aparició d'una pancarta sota la tarima principal que havia de rebre la torxa (és a dir, un dels punts de l'escenari que les càmares de televisió enfocaren més) i una xiulada del públic cada vegada que un orador parlava en espanyol. Acció Olímpica, adherint-se a la campanya "Freedom for Catalonia", acompanyà la desfilada de la torxa pels pobles de Catalunya amb la senyera i aconseguí també que alguns ajuntaments afegissin els seus nom als cartells que es difonien per la televisió i la premsa.

Quan faltaven 42 dies per la inauguració dels Jocs, J. Pujol i P.Maragall emeteren un comunicat oficial de cinc punts que convidava a l'optimisme: primer, es felicitava per l'esforç col·lectiu que s'havia fet, i per l'impuls que representava per Barcelona i Catalunya; segon, es feia palesa la importància d'un desenvolupament tranquil dels Jocs per al prestigi de Barcelona i Catalunya; tercer, s'assenyalava l'efecte positiu dels Jocs per a donar a conèixer Catalunya i Barcelona al món; en quart lloc, es destaca l'ús de la llengua catalana, i la presència de la bandera i l'himne catalans; i cinquè lloc i últim, es demanava al poble de Catalunya que manifestés el seu suport entusiasta, afirmant la seva catalanitat, però també mostrant amicitat i respecte pels altres pobles i els símbols comuns d'Espanya i per a la resta del món.

Després de ser desactivades tres bombes a finals de juny, es detingueren sis dissidents de Terra Lliure a Barcelona i un a Girona. Una setmana després ja se'n portaven fetes vint-i-dues. Com a signe de protesta per les detencions i les protestes que presumiblement havien rebut, s'iniciaren campanyes en forma de trameses de telegrams al jutge Garzón (el responsable de les detencions), manifestacions, articles de protestes, festivals de música,...

Fins aquí hem exposat el que podria ben bé ser una cronologia periodística del moviment per a la catalanització dels Jocs de Barcelona. El que ens interessa remarcar ara és com els mitjans de comunicació esdevingueren un dels principals mecanismes per a integrar una possible font de discrepància en l'operació interinstitucional (car hi estaven implicats no només el CIO, sinó, molt especialment, els òrgans de governs de Barcelona, Catalunya i Espanya) de construir d'un consens legitimitat al voltant dels Jocs (no deixa de ser curiós que es menystingués la importància de la discrepància, pot ser de desactivar-la o minimitzar-la de cara al públic). Bona part d'aquest procés es realitzà a partir dels mitjans de comunicació (per mitjà de la publicació de sondejos, editorials, titulars de primera pàgina, reportatges en exclusiva,...), no sols per la "dependència cognoscitiva" de què parlàvem abans, sinó també per la interdependència existent entre la política i la premsa:

"Vet aquí, doncs, què vull dir quan parlo de política de paper. Hi ha un gruix substancial de l'acció política que necessita la premsa com a terreny de joc i, alhora, la disposició dels terrenys de jocs i els seus equilibris, és a dir, el paper dels diversos diaris en competència, són part essencial del mateix joc de la política" (CARDÚS, S.; 1995: 20).

Ens abstenim d'explicitar els arguments teòrics que fonamenten aquesta tesi (el concepte de *two step flow of communication* de P.Lazarsfeld, l'anomenat "efecte-agenda",...). En tenim prou mostrant la naturalesa institucional d'aquest procés de naturalització i consens. En efecte, en tot moment hem estat parlant d'actors polítics i col·lectius organitzats que utilitzen els *mass media* com a instrument per a establir unes determinades "definicions de situacions" (per bé que els mitjans de comunicació no fan només de mers interlocutors asèptics¹⁴). És la institucionalització del conflicte que caracteritza als Estats de Benestar.

Hi ha, però, moltes menes de conflicte. En el cas de la catalanització dels Jocs es tractà d'un conflicte que, sense qüestionar en cap moment l'existència dels Jocs, només proposà reformes *ad hoc*. Es per això que, malgrat els incidents i les desavinences, no fou necessari anorrear-lo (si més no perquè es temia el recolzament popular que podia tenir); n'hi hagué prou amb un estira i arronsa entre les diferents parts.

IV.3. UN CAS ANIQUILACIÓ: EL MOVIMENT "NO'92".

Contràriament a moviments com el COC, van aparèixer una sèrie de plataformes i grups que van oposar-se sistemàticament als jocs de Barcelona. Es tractava de grups i moviments urbans que no van centrar les seves denúncies i oposició en un sol àmbit d'acció¹⁵. A diferència del COC, no es van alinear amb cap sector institucional i van denunciar el que s'amagava darrera els Jocs Olímpics i les conseqüències socials que d'aquests se'n derivarien. Així doncs, aquests grups, amb una visió molt més global del que ells mateixos anomenaren "l'espectacle", reivindicaren tan la qüestió nacional com, al mateix temps, denunciaren la qüestió econòmica, política i social.

Aquest moviment antiolímpic, agrupat sota els mots NO'92, va destapar el que estava succeint a la rebotiga de la ciutat comtal. Fou l'únic capaç de denunciar els interessos econòmics i polítics que d'una forma molt ben encoberta s'amagaven sota els Jocs Olímpics. A més, no tan sols s'oposava als jocs de Barcelona, sinó que també denunciava la premeditada i flagrant destrucció del esperit i l'ideal olímpic.

El moviment NO'92 va néixer per manifestar un desacord essencial amb un estat de les coses, per dissentir sorollosament d'un silenci esclatant. Aquests grups van veure en la celebració dels Jocs Olímpics de Barcelona un exemple clar i paradigmàtic de la somnolència social en la que estem immersos, alhora que volien recalcar els perills que comporta el *mite olímpic*, mite que, com ja hem vist,

¹⁴ Un estudi molt interessant però que se'ns escapa per les nostres limitacions, seria l'anàlisi de com els diferents diaris, cadenes de televisió i ràdio tractaren les diferents polèmiques relacionades amb els Jocs Olímpics. Tan abans per legitimar els Jocs com després per oferir-ne una avaluació consensuada.

¹⁵ Aquests grups i moviments urbans ens van afirmar i recordar que el camp de possibles accions que és l'espai urbà no es troba del tot requisat pel poder. *La rebelió de les perifèries*, tal i com des d'aquests grups s'autoanomenaven, va suposar un exercici d'insubmissió, una negociació a participar a l'eliminació de les diferències en que s'ha convertit el projecte olímpic com objectiu de tots

ha quedat en això, en un senzill mite car la realitat és força diferent.

Aquests moviments van denunciar el que van denominar *mascarada olímpica*: "És què els Jocs Olímpics són altra cosa que una nova *arena*, en la qual els gladiadors de l'Estat i les multinacionals, convenientment dopats i entrenats *científicament*, competeixen entre ells a major glòria de banderes, moltes de les quals són tacades de sang i imperialisme? Una altra pregunta, de les moltes que es podrien fer: on són els axiòlegs nostrats de la democràcia per advertir que, el 1992, a Barcelona es citaran representants d'estats com Xile, Corea del Sud, Afganistan, Iran, URSS, Turquia, Polònia o Israel, estats feixistes o totalitaris on no s'hi respecten els drets humans més elementals i on una opinió diferent pot ser castigada amb la mort, la tortura, l'internament, o el trencament de braços ? La festa olímpica serà en honor d'ells." (*La Dissidència*;1988).

Contra la propaganda olímpica aquests grups intentaren transmetre una visió molt diferent dels Jocs Olímpics. Des de la seva perspectiva, el moviment antiolímpic intentà mostrar que contra el que ells anomenaren el *mite de l'esport* com a lloc de trobada de joves a la recerca dels ideals humanistes decimonònics existeix un fabulós negoci multinacional que governa a l'ombra (el Comitè Olímpic Internacional i les federacions esportives, així com les multinacionals del esport i la comunicació en són el seu màxim exponent). Enfront l'ideal de *pau olímpica* aquest moviment intentà mostrar els Jocs Olímpics i el moviment que el sostenen com un braç dels imperialismes i dels colonialismes; a la mistificació dels beneficis per a tothom dels jocs mostraren llistes de suposats beneficiats particulars amb el "negoci de Barcelona '92" i, sobretot, els perjudicats reals.

En definitiva, el "NO'92" volia lluitar versus la imatge que des de les institucions i els estaments hegemònics es volia donar dels Jocs Olímpics de Barcelona. En un context on tot era progrés i benefici per tothom el moviment antiolímpic intentà denunciar, partint de les seves tesis, el muntatge del 92. Aquests grups titllaren els jocs com a gran operació que obeïa a interessos capitalistes molt determinats i que, amb l'excusa dels Jocs Olímpics (amb aquests s'asseguraven el recolzament popular), es pretenia donar un salt qualitatiu a la dominació capitalista a partir dels ja coneguts eslògans: competitivitat, rendiment, selecció i destrucció del que, per ells, és disfuncional.

Des del "NO'92" es creia que amb el pretext dels jocs olímpics es treien dels calaixos municipals vells projectes paralitzats des de l'època del franquisme per la seva impopularitat. Amb aquests projectes es volia emprendre una remodelació geopolítica del Principat de Catalunya (sobretot de Barcelona i la seva àrea d'influència més immediata) segons els interessos de les classes dominants. Aquests interessos, denunciaven, passaven per la realització d'una Gran Barcelona (el somni d'en Porcioles), un continu urbà del Maresme al Garraf i del mar al Vallès, que com a taca d'oli aniria annexionant pobles i viles, incrementant paral·lelament el despoblament i la desertització econòmica d'extenses comarques perifèriques del país i constituint, en fi, un model territorial subdesenvolupat i tercermundista.

Tot plegat, asseguraven, un negoci per a especuladors de terrenys, constructores, multinacionals de l'electrònica i la informàtica, de material esportiu, agències de viatges, etc. Sota aquest punt, el "NO'92" va atacar la "Associación Empresarial Barcelona 92" la qual s'havia afanyat a fer una bona inversió

col·laborant econòmicament en les campanyes publicitàries de la candidatura olímpica.

Es creia, doncs, que la gran inversió que havia de representar totes les instal·lacions i infraestructura olímpica aniria en detriment de pobles, barris, comarques i en definitiva d'una gran majoria de la població. Com ells mateixos deien:

“Els milers de milions que seran invertits podrien assegurar la creació de milers de llocs de treball permanents, però una gran part quedarà enterrada en les grans obres del projecte i una altra servirà per a fer més rics els rics, mentre el poble no hi guanyarem res més que un augment de preus i d'impostos” (Fragment d'un fulletí propagandístic).

Com hem vist, el “NO 92” no tan sols era un NO als Jocs Olímpics, sinó que era també un NO al model de ciutat que es va començar a construir. aquest moviment s'enfrontava a la especulació, a les desigualtats socials, a la marginació, a la pobresa, als plans d'expulsió i d'expropiació, a la privatització dels espais, etc. Era, més que res, un NO a una determinada forma de viure que amb els jocs, com a màxim exponent, es volia imposar.

Per el “NO'92” els Jocs Olímpics caracteritzen i condensen en pocs dies els aspectes més negatius de la societat capitalista moderna: “L'espectacle megalòman protagonitzat pels esportistes d'èlit, molts d'ells convertits en màquines de competir, té com a rebotiga el gran negoci de les multinacionals, tan en l'organització dels jocs com a través de la publicitat que aprofita la gran ressonància en els mitjans de comunicació per incitar al consum.” (*Primeres Jornades No'92*;1990). Els Jocs Olímpics, assegurava el NO'92, no són res més que una gran operació financera i de marketing que utilitza la inversió pública en infraestructures i serveis; l'espectacle del esport, doncs, no és res més que un mitjà més d'acumulació de capital, riqueses i poder.

Evidentment, pel “bon funcionament dels jocs”, aquests grups van estar, malgrat tot sembli indicar el contrari, estretament vigilats. Sí aquest primer factor és definitori d'una coacció explícita exercida per l'estat i els seus “*braços executors*”, el que més ens interessa a nosaltres és veure com es van posar en funcionament tots aquells mecanismes de preservació d'universos simbòlics més subliminals que, com anteriorment hem apuntat, les institucions s'encarreguen de posar en funcionament.

Partint d'aquesta base hem de veure que d'una forma brillantíssima tot el moviment antiolímpic va ser condemnat a l'ostracisme per part de l'opinió pública. Tot sembla indicar que versus aquest moviment es va portar a la pràctica un cop més el que Berger i Luckmann anomenem *Anul·lació* o *Aniquilació*. La clau doncs, rau en el fet que aquest moviment va ésser esclafat abans de sortir a la llum pública. Amb això volem dir que tot i que en cercles força reduïts es coneixia l'existència d'una dissidència respecte els jocs de Barcelona, aquesta oposició, utilitzant el terme desenvolupat per Lippman, era totalment desconeguda a un nivell d'opinió pública.

La realitat, doncs, fou molt dura amb aquest moviment car no van tenir ni la més mínima possibilitat de reeixir en el seu objectiu d'encetar una mobilització popular. El total ostracisme al que foren destinats per part dels mitjans de comunicació els va impedir l'única possibilitat de crear un debat social que s'arribés a

copsar en l'opinió pública. La cosa fou molt senzilla, la gran majoria de la gent no es va assabentar de cap forma de l'existència de grups que, amb raonaments força sòlids, denunciaven i s'oposaven frontalment als Jocs Olímpics de Barcelona.

Sobre aquests grups es va batre el més sòrdid silenci; així l'aniquilació fou total. Utilitzant les tesis de Noelle-Neumann (NOELLE-NEUMANN; 1995) ens adonem que des d'un bon començament es va establir un clima d'opinió totalment favorable als Jocs Olímpics. Els *mass media* van actuar com a amplificadors d'una opinió favorable als jocs encetant, així, el mecanisme d'*espiral del silenci* que va portar a minimitzar i anul·lar tota opinió expressada obertament en públic contrària als jocs i propera al NO'92. Els únics cops que als *mass media* van aparèixer els grups i moviments antiolímpic van tendir a reforçar la imatge de radicals, extremistes, busca bregues.... d'aquests grups. La primera impressió que es va tenir d'aquests grups va enfortir la radicalització i estigmatització dels mateixos, cosa que de nou ens porta a l'aniquilació amb l'aparició de frases com: "deixeu-los que són quatre peluts que no saben el que volen".

Alhora, des dels *poders fàctics* i/o organitzadors dels jocs es va establir una campanya de consens institucional magnificant i prolificant eslògans com : "Los juegos tendran una normalidad absoluta" o "en Barcelona hay un gran clima de serenidad. Debemos manernos en esta línea" (*Barcelona Olímpica*; any 3). Amb això es va reforçar la imatge de serenitat i normalitat que es vivia a la Barcelona preolímpica. "El seny català", frase molt utilitzada per contribuir i reproduir el consens i l'ordre social, era la qüestió de fons de molts dels discursos que van anar apareixent.

Un altre element important d'aquesta contraofensiva fou l'aparició del concepte de "Barcelona objectiu de tots". És evident que amb això s'intentava contribuir a l'ordre urbà; tan sols amb la plena identificació de cada persona amb els jocs es podia assolir un consens. D'aquesta manera amb els elements catalanitzadors dels jocs els mateixos es van convertir en "objectiu" dels sectors més nacionalistes de la societat catalana; amb la integració d'elements més espanyols (un exemple d'això el trobem amb titulars com "Espanya se vuelca con los juegos Olímpicos. Barcelona '92 objetivo de todos" apareguts a la revista *Barcelona Olímpica* o en la passejada de la torxa olímpica arreu del Estat Espanyol) es va aconseguir involucrar i identificar els jocs amb els sectors més espanyolistes de la societat catalana i amb la resta de comunitats i nacionalitats que integren l'Estat Espanyol.

L'èxit més visible d'aquesta "política" el trobem en la quantitat de voluntaris olímpics, mà d'obra gratuïta i exponents visibles de l'esperit olímpic, que hi va haver durant els Jocs. Amb la quasi deificació i proliferació d'aquests es va aconseguir, sense cap mena de dubte, que la gent veiés amb bons ulls tot el procés dels jocs, aquests es van mostrar, de nou, com els màxims garants de l'esport noble i honrat.

Contra aquesta familiarització i apropament dels jocs al individu el moviment antiolímpic va passar a l'acció tot dient:

"¿Barcelona'92, objetivo de todos?. De todos sí, pero no de aquellos muchos que quieren vivir en ella enfrentándose a esa imagen especular de Barcelona 92, que no es otra que el rostro del poder, del orden urbano" (LÓPEZ, P; 1992: 81).

Així doncs, amb elements com la demonificació dels opositors i la divinificació dels Jocs de Barcelona i el que aquests havien de suposar (el discurs de benefici per tothom) es va aconseguir que el moviment antiolímpic no tingués cap mena de ressò mediàtic i acabés per diluir-se enmig de l'espiral de missatges favorables que per tot arreu es llençaven a favor de Barcelona '92 i el seu èxit. I el que no surt als mitjans de comunicació, no existeix.

V. CONCLUSIONS

L'Olimpisme és un de les poques institucions internacionals que hagi demostrat tanta capacitat de supervivència als alts i baixos de la política internacional i tanta homogeneïtat interna (només hi hagut set presidents en tota la història dels Jocs Olímpics moderns). En part gràcies al caràcter universal de "l'esperit olímpic" en què es recolza (els principis que propugna són lloats per tothom, si més no públicament) i, també en part, per la seva capacitat per presentar-se com un organisme apolític, és a dir, no interessat en els afers particulars dels estats.

Però si l'esport ja és en ell mateix una forma de política, els Jocs Olímpics han esdevingut els més polítics de tots els esports (TRIESMAN, D.; 1984): només cal recordar el prestigi i el recolzament que els estats donen a la obtenció de medalles olímpiques (especialment en comparació amb els seus adversaris polítics); la possibilitat d'utilitzar els Jocs com una plataforma per a reafirmar les identitats col·lectives a nivell intern i donar-les a conèixer a l'exterior (les cerimònies en són un bon exemple); les contínues reinterpretacions que ha experimentat la Carta Olímpica; el predomini de les estructures i concepcions europees i occidentals en l'actual programa olímpic (LANDRY, F.; 1994: 134) (hi ha qui parla dels Jocs Olímpics com una modalitat més d'imperialisme i colonialisme occidentals); i tot això sense parlar dels boicots.

Volem aprofitar les conclusions, no per resumir grotescament i burda els continguts del treball, sinó per apuntar alguns dels molts àmbits que constitueixen el nostre "calaix de sastre":

- L'esport, i també els Jocs Olímpics, com una forma de "disciplina panòptica" (FOUCAULT, M.; 1982) que es reflecteix en el seu simbolisme.
- L'esport i els Jocs Olímpics com un mecanisme de "distinció social" (BOURDIEU, P.; 1994).
- El paper dels Jocs Olímpics en la configuració i redefinició de les identitats nacionals.
- I, un aspecte molt ignorat, les relacions dels Jocs Olímpics amb l'ecologia.

VI. BIBLIOGRAFIA

- Barcelona Olímpica*. Any III, nº14.
- BERGER, P.L. i LUCKMANN, T. *La construcció social de la realitat. Un tractat de sociologia del coneixement*. Barcelona: Herder, 1988.
- BOURDIEU, P. i WACQUANT, L.J.D. *Per a una sociologia reflexiva*. Barcelona: Herder, 1994.
- BRUNET, F. "Anàlisi econòmica dels Jocs Olímpics de Barcelona'92: recursos, finançament i impactes". A: DE MORAGAS, M. i BOTELLA, M. (Coord.). *Les claus de l'èxit*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport, 1994, pàg. 209-243.
- BURRIEL, J.C.; CARRANZA, M. i FLAQUÉ, L. *Clestenes de Samos: els Jocs Olímpics*. Barcelona: Graó, 1986 (1a ed.).
- CARDÚS, S. *Política de paper: premsa i poder a Catalunya 1981-1992*. Barcelona: La Campana, 1995.
- CIO. *Carta Olímpica*, 1995.
- COLOMÉ, G. "Política i Jocs Olímpics". A: AA.DD. *Jocs Olímpics: comunicació i intercanvis culturals. L'experiència dels últims quatre Jocs Olímpic d'estiu*. Bellaterra: Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport, 1992 (a); pàg. 139-144.
- CREIXELL, J. *Nacionalisme i Jocs Olímpics del 92*. Barcelona: Columna, 1994.
- DE MORAGAS, M. "Comunicació i cultura, un únic projecte: Barcelona'92". A: AA.DD. *Jocs Olímpics. Comunicació i intercanvis culturals. L'experiència dels últims quatre Jocs Olímpic d'estiu*. Bellaterra: Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport, 1992 (a), pàg. 69-84.
- DE MORAGAS, M. *Los juegos de la comunicación: las múltiples dimensiones comunicativas de los Juegos Olímpicos*. Madrid: FUNDESCO (col·lecció Sectores núm. 5), 1992 (b).
- DURÁNTEZ, C. *Pierre de Coubertin: imágen y filosofía*; Barcelona: COE, Publicaciones de la Academia Olímpica Española, 1994.
- DURÁNTEZ, C. *La historia olímpica: Olímpia 776 a.C. Barcelona 1992*. Barcelona: COE, Publicacions de la Academia Olímpica Española, 1990.
- FOUCAULT, M. *Vigilar y castigar*. Madrid: Siglo XXI Editores, 1982 (1976).
- I Jornades No'92*: dossier de premsa de les ponències, març de 1990.
- Jornades contra les agressions del 92. 10-19 de maig de 1990*. Dossier dels treballs; Front d'Acció Cultural del Moviment de Defensa de la terra; juny de 1990.
- GARCÍA FERRANDO, M. i HARGREAVES, J. "Opinión pública, integración nacional e identidad nacional en España: el caso de los Juegos Olímpicos en Barcelona". A: GARCÍA FERRANDO, M. i MARTÍNEZ, J.R. (Coord.). *Ocio y deporte en España: ensayos sociológicos sobre el cambio*. València: Tirant Lo Blanc, 1996, pàg. 353-377.
- HABERMAS, J. *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.
- HOBSBAWN, E.J. *La era del imperio (1875-1914)*. Barcelona: Labor, 1990.
- HONG, K. "Historical Deconstruction of Olympism: a Revisionist Proposal for a new Olympic Movement". A: *The First Internacional Conference on the Olympics and East/West and South/North Cultural Exchange in the World System*. Korea: The Seoul Organizing Committee For International Olympic Performance and

Research, 1987.

-KIDD, B. "The myth of the ancient Games". A: AA.DD. *Five-ring circus: money, power and politics at the Olympic Games*. Londres: Pluto Press, 1984, pàg.71-83.

-*La Dissidència: Butlletí antiolímpic*. Barcelona: núm. 0, març de 1988.

-LANDRY, F. "Els Jocs Paralímpics i la integració social". A: DE MORAGAS, M. i BOTELLA, M. (Coord.) *Les claus de l'èxit*. Bellaterra: Univeritat Autònoma de Barcelona, Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport, 1994, pàg. 130-144.

-LÓPEZ, P. "Maneras de vivir en la metrópoli". A: AA.DD. *El descubrimiento del 92*. Barcelona: Virus, 1992.

-MARTÍN SERRANO, M. *La producción social de la comunicación*. Madrid: Alianza Editorial, 1986.

-McLUHAN, M. *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1996.

-MILCHESTEIN, O. "Dialectics of Principles of Olympism and contradictions of The Present Olympic Movement". A: *The First Internacional Conference on the Olympics and East/West and South/North Cultural Exchange in the World System*. Korea: The Seoul Organizing Comitte For International Olympic Performance and Research, 1987.

-NOELLE-NEUMAN, E. *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós, 1995.

-POSTMAN, N. *Divertim-nos fins a morir. El discurs públic a l'època del show-business*. Barcelona: Índex, 1990.

-SIMPSON, V. i JENNINGS, A. *Los señores de los anillos*. Barcelona: El Triangle, 1992.

-TOMILSON, A. "De Coubertin and the modern Olympics". A: AA.DD. *Five-ring circus. Money, power and politics at the Olympic Games*. Londres: Pluto Press, 1984, pàg.84-97.

-TRIESMAN, D. "The Olympic Games as a political forum". A: AA.DD. *Five-ring circus. Money, power and politics at the Olympic Games*. Londres: Pluto Press, 1984, pàg.16-29.

-VARELA, A.M. *Els Jocs Olímpics: una il·lusió universal*. Barcelona: Edicions 62, 1988.

-VILLALBA, P. *Olímpia: jocs i esperit*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 1992.

-VILLALBA, P. *Olímpia: orígens dels Jocs Olímpics*. Bellaterra: UAB, Servei de Publicacions de la Universitat de Barcelona, 1994.

-WOLF, M. *Els efectes socials dels mitjans de comunicació de masses*. Barcelona: Pòrtic, 1992.