



A través de les ments de bilions : construcció d'identitat en un gran esdeveniment esportiu

Andrew Billings

Col·lecció **Lliçons universitàries** | 22



Centre d'Estudis Olímpics
Universitat Autònoma de Barcelona

Aquesta obra ha estat publicada com a part del projecte educatiu del Centre d'Estudis Olímpics (CEO-UAB), *Lliçons universitàries olímpiques*, promogut a través de la Càtedra Internacional d'Olimpisme (CIO-UAB). El projecte té com a objectiu oferir l'accés en línia a textos elaborats per experts internacionals i dirigits a estudiants universitaris i professors que tracten sobre les principals temàtiques relacionades amb els Jocs Olímpics.

Aquesta obra està subjecta a la llicència Reconeixement-No comercial-Sense obres derivades 2.5 Espanya de Creative Commons. Ets lliure de copiar, distribuir i comunicar públicament l'obra, sempre que reconegues l'autor i editor, no sigui utilitzada per a finalitats comercials o generi una obra derivada d'aquesta.



Per citar aquest document, pots usar la referència:

Chappelet, Jean-Loup (2002): *Una breu ullada als Jocs Olímpics d'hivern: lliçó universitària sobre les Olimpíades* [article en línia]. Barcelona : Centre d'Estudis Olímpics (UAB). Càtedra Internacional d'Olimpisme (IOC-UAB). [Data de consulta: dd/mm/aa]
<<http://olympicstudies.uab.es/lectures/web/pdf/chappelet.pdf>>

- © Del contingut, 2002 Jean-Loup Chappelet
- © De l'edició, 2010 Centre d'Estudis Olímpics (CEO-UAB)
- © De la fotografia de portada, 2010 VANOC

Sumari

1. Introducció	1
2. El nacionalisme en les retransmissions olímpiques	2
3. El gènere en les retransmissions olímpiques	6
4. Races i ètnies en les retransmissions olímpiques	9
5. Conclusions	10
Bibliografia	11

1. Introducció

La comunicació en el món de l'esport abasta molt de terreny intel·lectual. A l'hora de consultar diversos tipus d'epistemologia i de disciplines, és imprescindible treballar amb un ampli ventall de metodologies per tal d'assolir fins i tot una comprensió parcial de les diferents interaccions que són rellevants a l'hora d'entendre el món de l'esport, i sobretot els esdeveniments esportius internacionals com els Jocs Olímpics. Llavors els sociòlegs es veuen obligats a parlar de xifres, sobretot a l'hora d'avaluar conceptes com ara la transcendència, l'impacte i els efectes que els Jocs generen. Amb els Jocs Olímpics, aquestes xifres subratllen la importància relativa de la cerca d'informació.

El nombre de participants en uns Jocs Olímpics es veu eclipsat pel nombre d'assistents, i aquest nombre es veu eclipsat alhora pel nombre de teleespectadors.

Els experts en els mitjans de comunicació olímpics es centren finalment en aquells espectadors que segueixen els Jocs en diferit a través tant dels mitjans tradicionals com dels mitjans nous, atès que és fonamental analitzar la diferència entre el que passa als Jocs i el que passa a les pantalles de televisió d'unes llars que ja es compten per milers de milions a tot el món. En el fons, es tracta de l'estudi de les grans diferències entre la improvisació i la planificació, la competició i les cerimònies, homes i dones, el que és autòcton i el que és forà. Aquest treball es basa sovint en l'impacte que els Jocs generen. Els estudiosos dels mitjans de comunicació persegueixen objectius valuosos quan miren de mostrar com els mitjans de comunicació poden exercir un impacte considerable en petits segments d'espectadors; els estudiosos del món olímpic tenen tendència a centrar-se en l'impacte subtil que poden exercir els mitjans de comunicació en un nombre més gran d'espectadors.

L'estudi del món de l'esport avança ràpid als EUA, però també seria just comentar que encara hi podem trobar gent que mira de banalitzar l'esport, tot qualificant-lo d' "insignificant" o de "culte a la distracció". Tanmateix, no podem subestimar el poder de la distracció, sobretot si es cobreix amb la bandera olímpica dels cinc anells i amb un ampli ventall de banderes nacionals.

Què aporten els experts en els mitjans de comunicació olímpics en aquest univers tan complex? Una de les contribucions més fonamentals gira al voltant de la diferent intensitat amb què viuen l'esport els diferents gèneres, grups racials i països. Els estudiosos del món de la comunicació van deixar de banda fa temps la teoria hipodèrmica de la comunicació, que es basa en el fet que els espectadors assumeixen de manera automàtica com a propis els missatges procedents de la televisió. En canvi, una teoria que avui dia guanya força és la teoria de l'agenda mediàtica (McCombs i Shaw, 1974), la qual, en resum, es basa en el fet que la premsa no pot dir-nos què hem de pensar, però sí que ens pot influir bastant a l'hora de formar-nos una opinió. Un treball més recent fa servir conceptes de la teoria de l'enquadrament d'Erving Goffman (1974), principalment a través d'interpretacions establertes posteriorment dels quadres pel que fa a la selecció, la força i l'exclusió.

Aquests interrogants esdevenen fonamentalment un debat sobre com s'expliquen les notícies. Les formes de transmissió d'informació en els mitjans de comunicació canviaran, però la confiança cega en el que expliquen, no. És fàcil convertir les competicions esportives en narracions a través d'una persona que explica el que veu i com ho veu, amb la simple ajuda d'un micròfon. En aquesta història hi ha quelcom més que l'agenda mediàtica –són la imatge i les paraules que l'envolten les que donen un significat a l'esdeveniment. Les referències a la identitat tenint en compte la selecció, la força i la exclusió ens aporten un nexa que ens ajuda a entendre una part de la feina dels sociòlegs en l'estudi dels mitjans de comunicació.

2. El nacionalisme en les retransmissions olímpiques

Quan vaig plantejar el que acabaria sent el meu llibre, *Els mitjans de comunicació olímpics: dins l'espectacle més gran de la televisió* (2008), tenia tres variables d'identitat a l'anàlisi dels quals volia dedicar capítols sencers: sexe, ètnia i nacionalitat, que a priori és l'ordre natural. Tanmateix, quan havia escrit la meitat del llibre, aquest ordre em va semblar molt menys natural. Semblava que la primera variable que calia explorar –de fet la variable fonamental – havia de ser la nacionalitat abans d'endinsar-nos en altres nocions de la identitat.

Per què la nacionalitat per damunt de tot? Perquè és el nacionalisme allò que empeny la immensa majoria d'espectadors a seguir els Jocs Olímpics (Jarvie, 1993). Malgrat que existeixen altres trets diferencials –gènere, raça i religió – el que importa de debò és el país que l'atleta representa (vegeu Lee & Maguire, 2009). Per exemple, els Estats Units, si bé és cert que tenen una història i una concepció complexes pel que fa a les relacions interracials, no és menys cert que gairebé tots els nord-americans donen suport incondicional als atletes independentment del color de la pell, l'origen o el gènere. L'esport en si és el de menys. El fet que un atleta nord-americà tingui possibilitats de medalla és una cosa que els espectadors nord-americans no haguessin somiat veure mai. La bandera és la gran triomfadora.

Aquest no és un fenomen exclusivament nord-americà. Estudi rere estudi s'ha demostrat que promoure el nacionalisme és cabdal en l'organització d'uns Jocs Olímpics, sobretot quan un país hi competeix. George Orwell va dir que els esports són “una guerra sense armes” i cal reconèixer que, com a mínim en part, encara tenim aquesta concepció dels Jocs Olímpics. El concepte d'identitat social facilita la comprensió d'aquest fenomen. La divisió entre “nosaltres” i “ells”, farcida amb un protagonista i un antagonista. A més, guanyar una medalla ens farà feliços i hi ha un grup de persones que mirarà de privar-nos d'aquesta felicitat indirecta. En gran part, és així com s'ha manifestat el nacionalisme. Així que hi ha països pels quals tenim més simpatia que d'altres, les retransmissions olímpiques miren de mostrar els atletes d'un país i de veure com competeixen amb aquest grop nebulós que són “els altres”.

Primer de tot, hem examinat la notabilitat dels atletes d'una manera ben senzilla: la freqüència amb què s'esmenten els atletes durant una retransmissió. Cal tenir present que ara tenim milers d'hores de cobertura dels Jocs als EUA a través de set cadenes de televisió diferents. Tot i això, hi ha una cadena principal d'emissió dels Jocs (en aquest cas, la NBC), que selecciona tots els millors esdeveniments i seqüències en la retransmissió matinal en horari de màxima audiència, quan la gran majoria dels espectadors sintonitzi la televisió. Si és un esdeveniment que, a priori, és de la màxima importància, la NBC decideix la manera d'emetre'l en horari de màxima audiència. I, amb aquesta retransmissió, vam observar que el percentatge de temps en pantalla per als atletes nord-americans era del 50% en els Jocs d'Estiu i d'un 40% en els Jocs d'Hivern. Si observem el medaller per veure qui guanya les medalles, (i, probablement, qui mereix més temps en antena), veurem que els nord-americans guanyen l'11% de les medalles

però els mitjans els dediquen quatre vegades més temps en pantalla. Això, però, no ens hauria de sorprendre: cada país ho fa en menor o major mesura. I és que si els atletes nord-americans haguessin aparegut només l'11% del temps a la NBC, l'audiència baixaria en picat, els ingressos per publicitat disminuirien, els executius serien acomiadats, i els drets d'emissió dels Jocs Olímpics aviat passarien a ser d'una altra cadena més disposada a mostrar més sovint en pantalla els atletes nord-americans per tal que la retransmissió sigui rendible.

Real (1989) va aportar un "índex de nacionalisme", el qual mesura el grau en què els diversos països transformaven els Jocs Olímpics del 1984 en una exaltació de l'orgull nacional. La tendència a reafirmar el "nosaltres" era predominant en els 11 països mencionats en l'índex de televisió, però el grau en què es donava variava força en funció del país. Tot i això, es tracta d'un nacionalisme contingut i la pregunta en general és: l'objectiu és mostrar els "millors" atletes o els més "atractius"? Qualsevol cadena respondria probablement que tant l'un com l'altre, però en algun moment cal mullar-se per alguna de les opcions. És part essencial del tracte. El temps d'aparició en pantalla és un bé i un recurs finit i no es pot analitzar a través d'un espai de temps equivalent al de cada retransmissió en horari de màxima audiència. Alguna cosa n'ha de sortir, de tot plegat.

En segon lloc, pel que fa a la nacionalitat, vam transcriure les dades personals dels atletes que els empleats de la cadena van esmentar i les vam introduir en una base de dades. Això vol dir que quan algú de la NBC entrevistava el nedador Michael Phelps, les paraules que Phelps havia dit no formaven part de la base de dades. Naturalment, aquests comentaris es prenen com a trets descriptius, que van des dels que es poden observar a primer cop d'ull com ara les habilitats atlètiques fins a factors externs que el defineixen, com ara el coratge i l'actitud. Òbviament, alguns trets concentren moltíssims més comentaris, però tot i així hi podem constatar estadísticament diferències significatives. En el decurs del temps, han sorgit dos marcs generals per allò que anomenem "nosaltres" (en aquest cas, nord-americans) i "ells" (en aquest cas, qualsevol altre país al món). Quan parlem dels atletes nord-americans, els diàlegs dinàmics s'integren en interpretacions més lliures. Es considera que els atletes nord-americans tenen més coratge, més determinació i més actitud que no pas els atletes d'altres països. Mentre que la informació sobre els atletes estrangers és purament objectiva —els

triomfs assolits o la seva actuació en si—, la informació sobre els atletes nord-americans conté més detalls que la de la resta d'atletes.

Les raons per a aquest tractament desigual són fàcils de deduir. Per exemple, els comentaristes nord-americans coneixen millor els atletes nord-americans (fins i tot cobreixen les seves participacions en les primeres proves olímpiques), apareixen més sovint als mitjans, hi comparteixen una llengua (l'anglès), i les seves històries tenen rerefons amb els quals el públic nord-americà s'hi podria identificar més fàcilment gràcies al fet de compartir cultura. En canvi, els atletes estrangers poden ser fàcilment desconeguts i és més difícil donar-los a conèixer a causa de les barreres existents pel que fa a la llengua, la cultura, i la menor presència als mitjans.

Tot i així, el contrast és marcat i les implicacions hi són inherents. Així, observem escenes cinematogràfiques com *Rocky IV* (1985), on hi ha un “heroi” nord-americà, Rocky Balboa, el qual sobresurt per la seva immensa ètica del treball i el seu coratge enfront de “l’antiheroi” Ivan Drago, al qual es caracteritza com un espècimen unidimensional superior físicament. A la llarga, s’espera que els espectadors es meravellin quan observin que al final Drago resultava no ser tan “màquina”, mentre que Rocky Balboa passa a ser tan admirat pel seu coratge i la seva determinació que els espectadors del combat a Moscou canviïn de bàndol i deixin d’animar el seu heroi nacional. Als Jocs Olímpics, tot i que no s’arriba a aquests extrems, s’expressen aquests contrastos entre més que tan sols un parell d’atletes. Encara més, s’infereix de manera subtil els atletes contra els centenars d’atletes d’alt nivell en el decurs de 17 nits consecutives de cobertura informativa.

Això ens porta directament a una pregunta que molts es fan en relació a les retransmissions olímpiques: fins a quin punt es tracta d’una competició d’alta volada, en la qual, al final, s’instrumentalitzen els resultats de cada esport per a crear un medaller que simbolitzi tàcitament l’estatus d’un país en l’ordre mundial? Mark Starr, de la revista *Newsweek*, assenyala que els rivalitats han evolucionat avui dia, com ara la rivalitat entre els Estats Units i la Xina, “la qual es dirimeix fonamentalment en un àbac, i no en un pavelló d’esports”. Així doncs, no és estrany que països com el Canadà, que desenvolupen programes sota el títol

“Fes-te amb el podi” per a utilitzar noves tecnologies i avenços, inverteixin grans sumes de diners per escalar posicions dins el medaller.

Fins fa bastant poc, la NBC tenia la política de no mostrar el medaller durant les retransmissions, atès que podia exacerbar encara més el nacionalisme . Ara la NBC mostra el medaller. El joc durant el joc. Possiblement es van adonar que aquests detalls eren de vital importància per al públic i que potser podien com a mínim aportar més detalls pel que fa a aquesta informació.

Certament, els detalls en la informació estaven justificats. Cal considerar declaracions com ara les que van fer alguns nord-americans en una enquesta després dels Jocs del 2006 a Torí. Quan es preguntava als enquestats quin percentatge de medalles creien que havien assolit els EUA, les respostes eren aproximadament el triple de medalles que la quantitat real. Hi havia un sentit de l'èxit substancialment sobreinflat entre els atletes nord-americans. La majoria dels enquestats, els quals creien que els EUA guanyarien el 30% de les medalles, consideraven que el medaller reflectia “de manera pobre” els EUA. Una actuació trista”. Potser si la gent observés amb més profunditat el medaller tindria una mica més present que, sobretot en els esports d'equip, fins i tot un equip que guanya una medalla d'or tan sols guanya un terç (el 33%) de totes les medalles, i d'aquesta manera, estaria contribuint probablement a aquesta “trista actuació”. Per tant, el nacionalisme és tan complex com mal·leable, tant en la competició olímpica com en els efectes que produeix en les masses.

3. El gènere en les retransmissions olímpiques

Un segon apartat: el gènere en els mitjans de comunicació olímpics, si és que mai ha existit, és una altra arma de doble tall. Com en el cas de la nacionalitat, hi ha múltiples indicadors de paritat de gèneres i del tractament que se'n fa en les retransmissions olímpiques (vegeu Daddario, 1994; Wenner, 2006). L'indicador més bàsic, però, és el temps d'aparició en pantalla dels atletes en funció del gènere en les retransmissions. També es fan servir altres indicadors de notorietat i d'anàlisi del diàleg en el temps que es dedica a la competició masculina i a la femenina i a la desigualtat inevitable que s'hi observa ,amb la qual cosa el temps d'aparició en pantalla és la mesura fonamental per tal d'avaluar aspectes relatius a la caracterització i la

paritat de gèneres. N'hi ha prou amb una mica d'observació (vegeu Billings, Angelini & Duke, 2010) per a deduir clarament que: 1) els atletes masculins sempre acaparen la majoria del temps en pantalla, 2) les desigualtats en el temps d'aparició en pantalla en funció del gènere s'accentuen més en uns Jocs d'Hivern (normalment 60% per als homes i 40% per a les dones) que no pas en uns Jocs d'Estiu (on les diferències no són tan acusades: 52%/48%). En aquest punt, alguns crítics discuteixen si aquestes diferències estan justificades o com a mínim són explicables, amb el pretext que als Jocs hi competeixen més homes que dones. Tanmateix, cal tenir en compte que aquestes dades corresponen a proves que s'emeten en horari de mitjana audiència. Per exemple, als Jocs Olímpics d'Estiu, la NBC dedica el 94% del seu horari de màxima audiència a cinc esports: gimnàstica, natació, atletisme, vòlei platja i submarinisme, de manera que el tractament de la qüestió de gènere es mesura fonamentalment a partir del temps d'aparició en pantalla en funció del gènere. Els cinc esports tenen categories tant masculina com femenina i les cinc competicions s'emeten durant les rondes eliminatòries finals. Això vol dir que, en la prova dels 100 metres, realment hi ha més eliminatòries prèvies en categoria masculina que no pas en la femenina? Tanmateix, la NBC no emet les eliminatòries en horari de màxima audiència i quan s'emeten les semifinals, 16 homes i 16 dones estan preparats per competir. Per tant, encara hi ha bastanta desigualtat de gènere pel que fa al temps d'aparició en pantalla.

Ara, també es pot discutir sobre si cal considerar la desigualtat de gènere com quelcom deplorable o progressista. La crítica sostindria que les atletes femenines han guanyat la majoria de les medalles dels EUA durant aquest període. D'aquesta manera, si la NBC promou els atletes nord-americans per sobre de tot, és una paradoxa que les dones, que han guanyat més medalles, apareguin menys temps en antena. Tanmateix, l'altra cara de la moneda la trobem quan comparem el temps d'aparició en pantalla de les atletes femenines en les competicions olímpiques amb el temps d'aparició en altres competicions esportives. Des de la premsa escrita fins a les notícies d'esports de la televisió, les dones sovint hi apareixen menys d'una desena part del temps. En comparació amb aquestes realitats, es pot considerar satisfactori el grau de presència de l'esport femení als Jocs Olímpics. Un far que il·lumina un camp que altrament seria de domini gairebé exclusivament masculí.

Si recorrem als comentaris, obtenim diferents perfils per a atletes masculins i femenins. Les variables que determinen aquests perfils són les anàlisis khi-quadrat, els èxits i fracassos atribuïts, i les expectatives creades. Tot plegat, però, es pot simplificar, per tal d'afavorir la brevetat i la claredat. És important tenir en compte que els Jocs Olímpics ens han d'oferir el bo i millor d'un esport determinat. Per tant, els comentaristes hi solen descriure actuacions més aviat formidables que no pas deficientes. No obstant això, val la pena estudiar la qualitat de les actuacions dels atletes i en quina mesura difereixen significativament en funció del gènere de l'atleta.

En primer lloc, els atletes masculins són més propensos a rebre elogis gràcies a la seva experiència i habilitats atlètiques superiors. Normalment, els atletes masculins no tenen tant la voluntat de guanyar en si com la d'aconseguir una medalla d'or com a fruit inevitable de molts anys d'esforç i dedicació i de perfeccionar les habilitats. Per descomptat, això no vol dir que les dones no rebin mai aquesta mateixa consideració; sinó que senzillament aquests casos no es donen tan sovint. Fins i tot aquest fenomen té algunes explicacions. Per exemple, la mitjana d'edat d'un gimnasta olímpic masculí és aproximadament cinc anys superior a la d'una gimnasta femenina.

Hi ha una altra tendència que potser no és tan sorprenent; no obstant això, és important. Quan parlem dels cossos i la bona forma física dels atletes masculins, sovint fem referència a factors com la força i la complexió.

Aquests atletes són locomotores, o tal com la NBC va descriure el nedador Michael Phelps: "Uns peus capaços d'impulsar-se catorze metres que podrien ser ben bé aletes. Unes mans de la mida d'un plat de taula que piquen l'aigua com si fossin un parell de remes (...) un cos superior llarg que forma una figura escultural en forma de "V" que comença amb unes espatlles amples i acaba amb uns malucs estrets i un cul pla. Tot això reunit en un sol cos donarà com a resultat una llanxa ràpida humana fregant la superfície de l'aigua".

Pel que fa a les atletes femenines, a diferència dels homes, la bona forma física se sol associar amb la bellesa. Així doncs, hi ha atletes femenines que "fan embadalir" o són de "bon veure". El fet que molts esdeveniments, sobretot els Jocs Olímpics d'Estiu, mostrin dones en banyador

i malla, afegeix un component sexual a la competició, tot i que els homes també competeixen en banyador i malla i alguns estudis ja han demostrat que les dones no són tan donades a fer comentaris relatius a la bellesa masculina. En essència, això esdevé una qüestió de perspectiva. En l'esquí, tant masculí com femení, els mitjans poden mostrar, a través de les fotografies, o bé una cara perillosa, intrèpida i divertida d'aquest esport, o bé donar-li una connotació una mica diferent, com per exemple una portada del *Sports Illustrated* dedicada a l'esquiadora Lindsay Vonn. Els analistes de continguts podrien concloure que la imatge ens mostra una atleta femenina amb el vestit i la postura adients per a la competició (a priori, dues coses bones). Encara, però, al final la imatge pot donar peu a una altra interpretació, en què predomini el component sexual.

El punt principal pel que fa al gènere no és el fet que es donen fets obertament sexistes, sinó que més aviat és un sentit de la diferència molt més subtil basat en el sexe biològic de l'atleta que competeix. Per ser justos, cal dir que algunes diferències poden ser naturals i esperades. Per exemple, seria just dir que hi ha proves olímpiques que requereixen un conjunt diferent de qualitats en funció del gènere, com per exemple la barra d'equilibri, que és una prova exclusivament femenina, o les anelles, una prova exclusivament masculina. Tanmateix, sembla ser que aspectes com l'ètica del treball i la bellesa no encaixen en aquesta categoria.

4. Races i ètnies en les retransmissions olímpiques

El tercer àmbit que hem analitzat a fons ha estat la raça i l'ètnia. Després de dècades d'investigació en aquest sentit als Estats Units, s'ha arribat a la conclusió, en resum, que els atletes de raça negra solen ser considerats atletes naturals, que han nascut per excel·lir en el món de l'esport, mentre que els atletes blancs han nascut per ser líders però han de demostrar una ètica del treball superior per continuar endavant en el món de l'esport (veure Birrell, 1989; McCarthy i Jones, 1997). Atès que encara avui hi ha indicis que la validesa d'aquestes afirmacions segueix vigent, ens hem de qüestionar cada cop més aquestes distincions, que són la base d'una visió esbiaixada de la qüestió racial per part dels mitjans esportius.

Encara avui identifiquem la raça amb el color de la pell més que no pas amb l'origen. Naturalment, això passa en mitjans de comunicació esportius, els quals contenen imatges visuals que donen peu a conclusions. Tanmateix, el televident mitjà veu cada cop més que aquestes afirmacions són equivocades, i a més considera que els sistemes de classificació racial inequívocs com ara "hispana" o "negre" són massa reduccionistes en una realitat racial cada cop més complexa. Cal reinventar la roda si volem establir caracteritzacions racials fent servir variables aïllades amb finalitats sociològiques.

Cal establir un nexa entre el concepte de la selecció en l'esport i aquestes conclusions. És obvi que la composició racial dels 100 metres esprint és diferent de la dels 100 metres braça. D'aquesta manera, el cert és que no és tan sorprenent que la descripció dels atletes de diferents races variï en funció d'aquestes. Sovint es segreguen ells mateixos a través de l'esport i aquests esports requereixen diferents conjunts d'habilitats per a participar-hi. Això no és cap argument per dir que la importància de la investigació sobre la raça i l'ètnia ha disminuït. Altrament, hauríem de redoblar els nostres esforços si volem arribar a conclusions amb sentit sobre la barreja complexa que és la raça en l'esport.

5. Conclusions

Hi ha tants i tants àmbits d'interès a l'hora d'explorar la identitat en els mitjans de comunicació olímpics. En molts casos, la manca de mostres suficients per a generalitzar resultats impedeix fer anàlisis relacionades amb molts conceptes interessants. Per exemple, la discapacitat és un factor de gran importància en el món de l'esport, però queda en gran part relegada a l'àmbit dels Jocs Paralímpics, i per tant passa desapercebuda en la cobertura dels Jocs Olímpics (els mediàtics). De la mateixa manera, si analitzem el tractament mediàtic d'històries com la del saltador gai, de la corredora musulmana, o de la nedadora veterana que competeix de tu a tu amb la resta, en podem extreure molt material, i és que encara es poden qualificar com a històries perquè es tracta en bona part de casos poc freqüents, i a més, un sociòleg no té una gran quantitat d'atletes que encaixin en aquestes categories en comparació.

Tots aquests conceptes entreteixits tornen a destacar la importància del que l'esport ens desvetlla sobre la identitat. Amb els Jocs Olímpics, processem imatges i diàleg durant 17 dies consecutius des d'un punt de vista mediàtic. L'esport és una arma de doble tall: i la identitat en l'esport encara més. Els estudiosos de l'esport es troben enmig de debats entre gent (aquells qui pregonen l'increïble poder de transformació que exerceix l'esport, d'altres que consideren un dany molt greu l'escalada de la importància que la societat dona a uns Jocs que consideren ridículs. Finalment tant un bàndol com l'altre esgrimeixen el mateix argument: l'esport té poder. Un poder que, en termes d'identitat, pren moltes formes. L'esport té poder quan veiem un home sense cames que, malgrat tot, mira de competir amb les millors nacions. També quan un sud-africà va ser assassinat fa poc per la seva dona i els seus fills perquè s'estimava més veure el Mundial de futbol en lloc d'un programa religiós. L'esport té poder.

L'esport és una de les poques coses de les quals encara som testimonis en massa. Comentem els Jocs Olímpics en milers de llengües, però fonamentalment en una de sola. Quan Espanya va guanyar el Mundial de futbol, les celebracions i les anàlisis no es reduïen al Madrid o al Barça. El món veia els partits. El món animava els seus respectius equips. El món consumia un producte mediàtic. El món jutjava els esdeveniments que hi tenien lloc. La meua investigació sobre la identitat a través dels mitjans de comunicació esportius és sobre el que passa quan jutgem la gent que la societat percep com a diferent o igual que nosaltres i els classifica i els qualifica de manera inconscient. Hi ha petites i profundes diferències que ens transmeten la diversitat. Són les diferències entre el que és enorme i el que és minúscul allò que ens permet diferenciar conceptes. Els mitjans de comunicació olímpics són una eina que permet donar a conèixer aquests aspectes.

Bibliografia

Billings, A.C. (2008). Olympic media: Inside the biggest show on television. London: Routledge.

Billings, A.C., Angelini, J.R., & Duke, A.H. (2010). Gendered profiles of Olympic history: Sportscaster dialogue in the 2008 Beijing Olympics. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(1), 9-23.

Birrell, S. (1989). Racial relations theories and sport: Suggestions for a more critical analysis. *Sociology of Sport Journal*, 6(3), 212-227.

Daddario, G. (1994). Chilly scenes of the 1992 Winter Games: The mass media and the marginalization of female athletes. *Sociology of Sport Journal*, 11, 275-288.

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. New York: Harper & Row.

Jarvie, G. (1993). Sport, nationalism, and cultural identity. In L. Allison (Ed.), *The changing politics of sport* (pp. 58-83). Manchester, UK: Manchester University Press.

Lee, J.W. & Maguire, J. (2009). Global festivals through a national prism: The global national nexus in South Korean media coverage of the 2004 Athens Olympic Games. *International Review for the Sociology of Sport*, 44(1), 5-24.

McCarthy, D., & Jones, R.L. (1997). Speed, aggression, strength, and tactical naiveté. *Journal of Sport & Social Issues*, 21(4), 348-362.

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.

Real, M.R. (1989). *Super media: A cultural studies approach*. Newbury Park, CA: Sage.

Tankard, J.W. (2001). The empirical approach to the study of media framing. In S.D. Reese, O.H. Gandy, & A.E. Grant (Eds.), *Framing public life* (pp. 95-106). Mahwah, NJ: LEA.

Wenner, L. (2006). Sports and media through the super glass mirror: Placing blame, breast beating, and a gaze to the future. In A. Raney and J. Bryant (Eds.). *Handbook of Sport and Media* (pp. 45-62). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

A través de les ments de bilions : construcció d'identitat en un gran esdeveniment esportiu

(...)Els experts en els mitjans de comunicació olímpics es centren finalment en aquells espectadors que segueixen els Jocs en diferit a través tant dels mitjans tradicionals com dels mitjans nous, atès que és fonamental analitzar la diferència entre el que passa als Jocs i el que passa a les pantalles de televisió d'unes llars que ja es compten per milers de milions a tot el món. En el fons, es tracta de l'estudi de les grans diferències entre la improvisació i la planificació, la competició i les cerimònies, homes i dones, el que és autòcton i el que és forà. Aquest treball es basa sovint en l'impacte que els Jocs generen. Els estudiosos dels mitjans de comunicació persegueixen objectius valuosos quan miren de mostrar com els mitjans de comunicació poden exercir un impacte considerable en petits segments d'espectadors; els estudiosos del món olímpic tenen tendència a centrar-se en l'impacte subtil que poden exercir els mitjans de comunicació en un nombre més gran d'espectadors.(...)

Andrew Billings

University of Alabama. Ronald Reagan Chair of Broadcasting



Centre d'Estudis Olímpics
Universitat Autònoma de Barcelona

Edifici N. 1a. planta
08193 Bellaterra (Barcelona)
Espanya

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

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

