



El llegat simbòlic de Barcelona 1992, vint-i-cinc anys després

Miquel de Moragas i Spà

Col·lecció Monogràfics | 12



Centre d'Estudis Olímpics
Universitat Autònoma de Barcelona

Aquesta obra ha estat publicada dins de la col·lecció *Monogràfics* del Centre d'Estudis Olímpics (CEO-UAB) que recull dossiers temàtics sobre temes d'actualitat. Aquests dossiers inclouen textos de reflexió complementats amb recursos sobre una temàtica concreta.

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 generar una obra derivada d'aquesta.



© Del text, 2017, Miquel de Moragas i Spà

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

EL LLEGAT SIMBÒLIC DE BARCELONA'92, VINT-I-CINC ANYS DESPRÉS ¹

Miquel de Moragas i Spà

La gran metàfora: “obrir la ciutat al mar”

En aquest article ens ocuparem d'un aspecte singular del llegat de Barcelona'92: el seu llegat simbòlic, idees, icones, continguts, estats d'opinió, que acaben construint la memòria de l'esdeveniment. Per raons de mètode podem començar distingint entre el llegat tangible (urbanisme, instal·lacions) i el llegat intangible (imatge, interpretacions, memòria), però en realitat el llegat és el resultat d'un conjunt d'interferències. Barcelona'92 té una metàfora que ho explica: “Obrir la ciutat al mar”.

L'urbanisme es fa a partir d'idees. Un dels aspectes fonamentals de l'aproximació a l'estudi de la ciutat des del punt de vista simbòlic es la identificació dels aspectes immaterials que precedeixen els projectes urbanístics. Les idees no solament inspiren els símbols de la ciutat (monuments, senyals, etc.) sinó que també influeixen en el disseny dels plans urbanístics. Per exemple: quins conceptes, quina ideologia, hi havia darrere del pla Cerdà?, quines idees hi havia darrere de la reforma de la Barcelona olímpica?

El projecte urbanístic Barcelona'92 va ser un projecte amb la intencionalitat ideològica de prioritzar el model social per sobre de l'especulació. Per què la Vila Olímpica es va construir al front marítim i no a Santa Coloma de Cervelló, Cerdanyola o Montigalà? Per què es va ubicar en una zona que aquells anys era “abandonada, insalubre i gairebé inaccessible?” (Borja, 2010:75). La resposta es ideològica, es va construir d'acord amb la filosofia d'integració d'aquella àrea a la ciutat, eliminant la barrera ferroviària per “obrir Barcelona al mar”. La gran metàfora que seria ràpidament assimilada pels mitjans de comunicació i la promoció turística de Barcelona.

La producció dels símbols de Barcelona 92

El primer repte que va haver d'afrontar Barcelona per organitzar els Jocs va ser escollir el seu model de relació amb la ciutat. Això significava definir un model urbanístic, econòmic i organitzatiu, però també significava escollir un model cultural i de comunicació.

Els Jocs Olímpics són un gran esdeveniment (*mega event*) que es caracteritza per la seva anunciada periodicitat (*olimpíada*) i, doncs, per la seva previsibilitat i possibilitat de planificació. La planificació cultural i de comunicació havia de resoldre un primer gran repte:

¹ Aquest text recull i actualitza diverses publicacions de l'autor sobre Barcelona'92, especialment: MORAGAS, Miquel de i Miquel BOTELLA (1995); MORAGAS, Miquel i Miquel BOTELLA (2002); MORAGAS, Miquel de, Nancy RIVENBURGH i James LARSON (1995) i MORAGAS, Miquel de (2016).

definir la imatge de la identitat col·lectiva de la seu. Això implicava un complex procés de creativitat comunicacional, però també de consens polític entre els diferents actors implicats, polítics i olímpics. El contingut final no es construeix des d'una direcció de comunicació, sinó que es va construint en la pràctica de la comunicació i del consens cultural.

Pel que fa a la vessant comunicacional, la primera etapa implicava la definició dels continguts semàntics bàsics que posteriorment haurien de ser expressats a través de diverses plataformes:

- a. El disseny dels símbols (logotip i mascota).
- b. La elecció del model cultural dels rituals olímpics (inauguració, clausura, recorregut de la torxa) i el programa cultural en general.
- c. Les estratègies informatives bàsiques per als mitjans de comunicació (llibres, fulletons, guies, vídeos, etc.).

Aquest procés havia d'adaptar-se doblement a les rutines de producció de la comunicació de l'època i als formats propis dels rituals olímpics (cerimònies, relleu de la torxa, etc.). La identitat de la seu –una realitat complexa- havia de resumir-se en unes poques imatges i referents, seguint un procés de semantització caracteritzat per les següents principals condicions:

- Priorització dels signes d'identitat expressables icònicament i aptes per a la seva expressió fotogràfica i audiovisual. Per exemple, la ceràmica modernista, les visions aèries de la ciutat, o representacions del seu "skyline".
- Selecció dels valors culturals que ja tenien reconeguda una major projecció internacional: Gaudí, Picasso, Dalí i Miró, modernisme en general, art medieval, etc.
- Selecció d'actors de fama mundial per a representar la identitat de la pròpia cultura: Montserrat Caballé, Josep Carreras o la model Judit Mascó.
- Utilització d'edificis i monuments singulars com a signes emblemàtics de la ciutat, tant els nous (Palau Sant Jordi, Torre de Collserola, Torre de Montjuïc) com els antics (Sagrada Família, La Pedrera, Barri Gòtic).
- Selecció d'imatges de la cultura popular i del folklore, però també de l'economia, de la tecnologia i del caràcter cosmopolita de la ciutat.

Per entendre els mecanismes de creació "d'imatge" també cal fer referència als ítems absents, als ítems amagats per les estratègies promocionals oficials. Com en qualsevol procés de promoció o de publicitat van quedar fora d'aquella selecció els elements negatius, també presents a la ciutat de Barcelona (contaminació, marginació, pobresa, prostitució, brossa, carestia, soroll, desequilibris urbans, etc.).

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

La creació d'imatge no s'acaba amb els Jocs Olímpics. Vint-i-cinc anys després pot sorprendre als més joves l'absència dels nous referents, que s'han anat popularitzant en anys més recents, com el cas de Ferran Adrià i de la cuina d'excel·lència experimental catalana, o el nous fenòmens de l'esport globalitzat que afecten el Barça i el Camp Nou. Entre els elements crítics s'haurien d'incorporar algunes imatges clarament negatives, com la Rambla hipersaturada, la Barceloneta descomposta i l'especulació immobiliària que produeix la gentrificació als barris afectats pels canvis d'usos en l'espai urbà: Ciutat Vella i Poble Nou, principalment.

Disseny, logotip i mascota

La política d'imatge dels Jocs Olímpics té la seva primera prova amb l'elecció de la mascota i el símbol de la Olimpíada. Aquesta decisió havia de tenir una especial significació a Barcelona donat el valor que s'atribuïa al disseny, i a l'art d'avantguarda en general, com a opció de modernitat, diferenciadora del tancament cultural peninsular.

Les primeres decisions de disseny dels símbols olímpics, superades les resistències més conservadores, marcarien l'orientació de la resta de decisions relatives al model cultural dels Jocs. Les opcions avantguardistes varen imposar la seva influència en les primeres decisions d'imatge corporativa. Puc donar fe, com a membre que vaig ser del jurat que va escollir el símbol i la mascota de Barcelona'92, de la incredulitat d'alguns representants polítics que formaven part d'aquell jurat, respecte de la idoneïtat de les propostes finalment aprovades, molt especialment de la mascota Cobi.

El Cobi de Mariscal, va constituir una primera experiència de tensió i consens en la producció simbòlica dels Jocs de Barcelona, una mascota que no podia ser com el "naranjito" del campionat del món de futbol a Espanya'82, ni com la mascota de Los Angeles de 1984 d'estil Walt Disney. Tampoc semblava adequada una reproducció figurativa del "gos d'atura" un dels cans més populars a Catalunya.

L'aspecte rupturista del Cobi va despertar sorpreses i crítiques, però finalment va acabar imposant-se. El seu caràcter de signe abstracte li va permetre adaptar-se a les exigències d'un llarg procés de consum i de manipulació, i amb el pas del temps se li va anar reconeixent la virtut de ser al mateix temps un disseny de qualitat (comercial) i avantguardista. Aquest és l'encant del Cobi: haver sabut sobreviure en un mercat generalment dominat pel mal gust i haver optat per un disseny de ruptura amb el conformisme de la cultura comercial dominant en el món del patrocini esportiu i olímpic.

Després del Cobi els organitzadors olímpics (Atlanta'96, Sydney'2000, Atenes'2004, Pequín'2008, Rio 2016) han seguit apostant per formes de disseny molt poc innovadores, que

han merescut la qualificació de “galeria d'atrocitats” per part de la revista *graffica*². A les mascotes dels Jocs de Londres'2012 i de Tokio'2020 s'observa, respectivament, la influència dels nous estils sorgits dels jocs virtuals i dels *manga* (còmics). La mascota va deixant de ser un objecte singular, una joguina analògica, per quedar integrada en nous llenguatges transmèdia.

El símbol, o logotip, dissenyat per Josep Maria Trías, marcava igualment la línia de modernitat de Barcelona'92. El repte del disseny d'avantguarda es combinava amb la racionalitat i l'ordre. De fet, del mateix logotip en sorgiria tota la iconografia del sistema de senyalització olímpica. Per primera vegada a la història del disseny olímpic apareixia la reproducció simbòlica d'un cos humà en moviment (forma antropomòrfica). Aquesta i altres connotacions, com l'estil mironià, o el to mediterrani dels seus colors, facilitarien una més ràpida acceptació general. El disseny de Trias, seguint així la tradició iniciada per Otl Aicher als Jocs de Munic'72, havia d'actuar com referent bàsic del conjunt de la identitat de Barcelona'92 i era el punt de partida per al desenvolupament posterior de tot un conjunt d'intervencions en altres terrenys de la imatge corporativa, com la senyalització, l'ambientació de les instal·lacions, la papereria, els cartells, la publicitat, etc.

Cap al final de la cerimònia de clausura es va poder veure un imatge del Cobi dins d'un vaixell de paper enlairant-se cap al cel i acomiadant-se. Era una metàfora per evocar amb nostàlgia el final dels Jocs, però també una evocació de la vida efímera dels símbols: la mascota i el logotip, omnipresents fins aleshores a tota la ciutat, perdien valor d'actualitat, però al mateix temps es convertien en icones històriques de l'esdeveniment.

Sorprèn la ràpida desaparició d'aquells símbols de l'escena barcelonina, en part com a conseqüència del caràcter efímer de les instal·lacions de senyalització olímpica, però també per la seva pròpia naturalesa semiòtica, destinats a ser substituïts per símbols de nous esdeveniments, de manera molt diferent a la perpetuïtat que pretenen els monuments i les escultures i, possiblement també, per la necessitat d'oblit i de canvi de referents que es va produir a la ciutat immediatament després dels Jocs.

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

Les cerimònies constitueixen sens dubte el principal escenari del programa cultural dels Jocs Olímpics moderns. Això ha quedat documentat a diverses recerques sobre les cerimònies en general (Moragas, MacAloon i Llinés, 1994) i sobre les repercussions específiques de les cerimònies de Barcelona'92 (Moragas, Rivenburgh i Larson, 1995). Aquests estudis han evidenciat que l'interès pels aspectes més generals i universals dels Jocs són perfectament compatibles amb l'interès pels aspectes més locals o particulars. L'atenció prestada per la majoria de televisions internacionals als aspectes més locals dels rituals i de les representacions de les cerimònies confirma la doble condició local i global dels rituals olímpics moderns.

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

Les cerimònies oferien l'oportunitat de renovar i canviar la imatge internacional dels tres principals referents geopolítics implicats: Barcelona, Catalunya i Espanya. Les televisions i la premsa internacionals interpretarien aquests canvis i els transmetrien a una audiència sense precedents, avaluada finalment entre 700 i 1.000 milions de telespectadors (Moragas, Rivenburgh i Larson, 1995: 207-211).

Pel que fa a Espanya el canvi d'imatge tindria dos eixos principals, un de polític i un de socio-cultural. Per una part els Jocs de Barcelona presentaven una nova Espanya política, una Espanya democràtica, que "passava pàgina" a la llarga dictadura de Franco, amb una monarquia constitucional representativa d'aquesta nova etapa política. Per una altra part eren una gran oportunitat per canviar els estereotips negatius de la espanyolitat: endarreriment, masclisme, improvisació, mig diada, etc., per substituir-los per una nova imatge de modernitat, identificada amb la bona organització dels Jocs, la preparació dels seus atletes, i una família real que trencava el protocol amb gestos de popularitat.

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

També cal recordar que la representació dels símbols nacionals i dels símbols culturals d'Espanya, Catalunya i Barcelona a les cerimònies va ser el resultat d'una difícil negociació i, finalment, d'un consens entre les institucions representatives. Tot això sota la pressió de la major concentració de mitjans de comunicació internacionals de la història i davant una opinió pública, a Catalunya, que no hagués acceptat un tracte disminuït dels seus símbols polítics i culturals. El titular, a primera plana, del diari *Avui* al dia següent de la cerimònia inaugural es ben representatiu d'aquest consens: *Brillant inici dels Jocs. Un gran espectacle on els símbols catalans eren presents* (26 de juliol de 1992).

La singularitat catalana va ser àmpliament recollida no solament per part de les grans televisions occidentals (Alemanya, Estats Units, Gran Bretanya), sinó també per moltes altres televisions internacionals (Corea, Japó, Rússia) i d'Amèrica Llatina (Brasil, Mèxic). La gran majoria de televisions es referiren a la identitat política i cultural de Catalunya, com a quelcom més que una part d'Espanya, com un país que defensa la seva personalitat de forma tenaç però també pacífica, i es referiren a l'Espanya de 1992 com una nova societat, moderna, tolerant i democràtica, ja lluny de les condicions polítiques i culturals a què l'havia sotmès la dictadura de Franco (1936-1975). És interessant destacar que aquets punts de vista s'han anat traslladant a un bon nombre de guies turístiques als anys posteriors als Jocs Olímpics.

Pel que fa a la imatge de Barcelona les idees contingudes en el guió de les cerimònies tenien un clar objectiu promocional (Bassat, 1992): fer atractiva la ciutat per a projectes que poguessin incentivar la seva activitat econòmica i el seu atractiu turístic. Per a Barcelona els Jocs representaven no solament la possibilitat de sortir al mapa, sinó de fer-ho com una ciutat capaç d'organitzar, i organitzar bé, un dels esdeveniments més complexos i populars de la nostra època. Si a l'Exposició Universal de 1888 i a l'Exposició Internacional de 1929 s'havien exhibit productes, innovacions o tecnologies, als Jocs Olímpics de 1992 s'exhibia únicament la capacitat de saber fer, d'organitzar i acollir iniciatives i gent.

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

Un gran nombre de comentaristes va remarcar la síntesi de contrastos que caracteritzava a Barcelona, a on conviuen factors positius que, difícilment, podien trobar-se en una mateixa ciutat i de forma simultània: jove i vella, històrica i moderna, del nord i del sud, oriental i occidental, com una ciutat que viu al carrer, però que tanmateix és ordenada i sap planificar grans esdeveniments.

Els creatius i realitzadors varen saber aportar a les cerimònies la dosi de creativitat necessària per tal de cridar l'atenció sobre l'originalitat de les propostes artístiques i culturals, per l'aposta avantguardista i per la voluntat de diferenciar-se (clarament) dels antecedents folklòrics de moltes cerimònies, o dels tòpics festivals gimnàstics de masses que, sobre tot a Espanya, haguessin pogut recordar les celebracions sindicals de l'època franquista.

La cerimònia va agradar a la audiència local i a la audiència internacional. La ciutadania i els organitzadors varen sortir de la cerimònia d'obertura dels Jocs de 1992 amb una clara sensació d'èxit. La frase més recurrent en els comentaris de carrer era "hem quedat bé...". La sensació d'èxit alliberava una certa preocupació per la possible imprecisió o incident. La Família Olímpica i els mitjans de comunicació internacionals també varen començar a considerar que els Jocs serien un èxit, tot just en sortir d'aquesta cerimònia.

Altres icones de la memòria dels Jocs

En relació amb la memòria de Barcelona'92 podem distingir tres principals modalitats d'icones, enteses en el sentit de representació emblemàtica d'un lloc o esdeveniment: les permanents (edificis, monuments, nomenclàtor), les efímeres (utilitzades a les instal·lacions i

posteriorment retirades) i les col·leccionables, *memorabilia* o records, que constitueixen una important tradició olímpica (segells, entrades, pins, cartells, torxes, uniformes, signatures, etc.)

La imatge dels Jocs s'aplica a una gran varietat d'objectes llicenciats per a la comercialització, recollits en l'ampli catàleg del seu *merchandising*. Objectes que passen de l'ús quotidià al col·leccionisme: tasses, samarretes, coberts, pins, mocadors, bolígrafs, rellotges i una llarga llista d'objectes. Un cas especial el constitueix la sèrie de segells commemoratius de llarga trajectòria a la història mascota, logotip, instal·lacions olímpiques, edificis singulars com la Sagrada Família, etc.).

Tots aquets objectes interessen als col·leccionistes individuals, però també a les institucions responsables del llegat olímpic que, amb posterioritat als Jocs, podem crear museus com és el cas del Museu Olímpic i de l'Esport de Barcelona situat a Montjuïc.

Icones permanents

La majoria d'icones permanents de Barcelona'92 no responen exclusivament, als Jocs i a les seves instal·lacions, sinó, més en general, a la Barcelona del 1992. Per exemple, les torres de Collserola de Norman Foster i la torre de Montjuïc de Calatrava (telecomunicacions), o les noves torres de la Vila Olímpica (renovació urbana). També altres monuments que engloben ambdós referents, els Jocs i Barcelona 1992: el Palau Sant Jordi d'Isozaki i el reinaugurat Estadi Olímpic de Montjuïc.

També formen part de la memòria permanent del 1992 els nous monuments d'art contemporani instal·lats als carrers de Barcelona poc abans dels Jocs. Començant per *La gamba* de Mariscal (1989) i seguida d'altres escultures com *Cap Barcelona* de Roy Liechtenstein (1992), *El Peix* de Frank Gehry (1992) o *L'estel ferit* de Rebecca Horn (1992).

Aquestes icones monumentals s'anirien ampliant en anys posteriors amb noves incorporacions, modificant l'*skyline* de la ciutat: el Museu d'Art Contemporani de Richard Meier (1995), la Torre Agbar de Jean Nouvel (estrenada el 2005), l'Hotel Vela de Ricard Bofill (2009), o el nou perfil constructiu de la Sagrada Família, que representa una clara modificació dels trets distintius de les primeres vuit torres.

Les icones permanents més estrictament relacionades amb els Jocs Olímpics són relativament escasses. Les més importants són la cúpula del Palau Sant Jordi, el perímetre exterior de l'Estadi Olímpic de Montjuïc i, tocant a la porta de la Marató, el pebeter dissenyat per Ramon Bigas i Pep Sant, visible des de l'exterior i que es pot tornar a encendre per determinades commemoracions.

Amb motiu dels Jocs de 1992 també es va revitalitzar el valuós llegat escultòric de l'exposició de 1929 a Montjuïc, la principal actuació va ser la pròpia renovació de l'Estadi Olímpic (obra

dels arquitectes Correa, Milà, Margarit i Buxadé) mantenint el perímetre i les façanes de la construcció de 1929, i el conjunt escultòric dels *Aurigues olímpics* de l'escultor Pau Gargallo.

A l'àrea de l'estadi s'instal·len diverses escultures amb referents humanístics de l'esport i de la pau: memòria del barceloní i olímpic romà Lucius Minicius Natalis; homenatge a l'atleta coreà guanyador de la marató de 1992 (2001); o la campana de la pau, entre d'altres.

Una altre zona de records permanents és la Vila Olímpica, amb nombrosos carrers amb aquesta denominació, algunes escultures sense referents olímpics específics, tret d'una escultura bastant insòlita del Cobi de Mariscal, situada en un estanc d'aigua, representat com una ballarina, al damunt d'unes granotes no menys insòlites.

També formen part de llegat simbòlic de Barcelona'92 les plaques informatives adossades als principals edificis modernistes de la ciutat i que formaven part del programa sobre el modernisme organitzat per la Olimpíada Cultural.

El nomenclàtor Olímpic

El nomenclàtor és un dels recursos simbòlics fonamentals en la construcció de la memòria urbana (Moragas, 2016: 148). En el cas dels Jocs Olímpics aquesta advocació olímpica queda concentrada en les dues grans àrees esmentades: Montjuïc i la Vila Olímpica.

Entre les decisions més importants del nomenclàtor olímpic cal destacar l'acord pres l'any 2001 de denominar l'Estadi Olímpic de Montjuïc com "Estadi Olímpic Lluís Companys", per honorar la memòria del president de la Generalitat afusellat pel franquisme l'any 1940.

La Vila Olímpica, ara denominada Vila Olímpica del Poblenou, inclou el Parc Olímpic, el Port Olímpic i la plaça dels Voluntaris Olímpics, un gran passeig amb una doble filera amb els màstils de les banderes de les respectives delegacions. Cal destacar la denominació de l'estació de la línia 4 de metro de Barcelona com a "Ciutadella | Vila Olímpica".

A l'Anella Olímpica de Montjuïc hi ha diversos carrers que porten noms olímpics: carrer dels Jocs del 92, passeig Olímpic i un petit carrer dedicat a Pierre de Coubertin.

El nom olímpic també s'ha donat a algunes instal·lacions, carrers i places de subseus olímpiques, com el Canal Olímpic de Castelldefels, els pavellons Olímpics de Vic o Badalona, diferents carrers i places dedicades als Voluntaris Olímpics i Paralímpics, a Terrassa, Mollet o Viladecans, entre d'altres.

Un dels temes de controvèrsia sobre el nomenclàtor olímpic ha estat el de la dedicació, o no, d'un carrer de Barcelona a Joan Antoni Samaranch. L'any 2012, en el marc del vintè aniversari de la celebració dels Jocs, el grup municipal del Partit Popular va proposar dedicar-li un carrer,

inicialment l'Avinguda de l'Estadi, però la iniciativa va ser rebutjada per la majoria de grups municipals argumentant el passat polític de l'expresident del CIO.

Barcelona i la cançó olímpica

L'atenció de les cançons internacionals a Barcelona abans del període olímpic és escassa (Moragas, 2016: 247). Però amb els Jocs Olímpics i amb la posterior expansió del turisme s'obrirà un nou període d'interès internacional per Barcelona amb noves cançons que combinaran el seu caràcter promocional i el seu caràcter romàntic. Entre aquestes cançons, per la seva difusió internacional, podem destacar la cançó *Barcelona* (1987), de Freddie Mercury, cantada per Montserrat Caballé i Josep Carreras a la cerimònia inaugural dels Jocs de Barcelona el 1992. La lletra és un híbrid d'emocions interpersonal i d'èpica (semblant a les "odes") dedicada a la ciutat, utilitzant al màxim, això sí, tota la musicalitat fonètica del nom *Baaarceeloona*:

A aquesta cançó internacional sobre Barcelona en seguiran d'altres, algunes d'elles molt populars, com *Barcelona* de Giulia & Los Tellarini de la pel·lícula de Wody Allen *Vicky Cristina Barcelona* (2008), amb un discurs naïf, una lletra "xiclet", sense coherència discursiva, realment mosaical, endolcida, lluny de la lògica crítica de la rumba, el rock i el pop, amb una melodia que permet anar "gronxat", de tant en tant, la paraula "Barcelooooona".

Però la màxima popularitat correspondria a la rumba catalana, amb la intervenció de Peret i los Manolos a la cerimònia de cloenda, amb la cançó *Gitana hechicera*, més coneguda per una de les seves estrofes: «Ella tiene poder, / ella tiene poder, / Barcelona es poderosa, / Barcelona tiene poder».

Les imatges fotogràfiques

Les imatges fotogràfiques constitueixen un element fonamental de la memòria col·lectiva de l'esdeveniment. A Barcelona 92 es varen fer, i això que era abans del telèfon mòbil, milers i milers de fotografies. El que resulta més sorprenent i digne de ser analitzat és que fotògrafs de països ben diferents coincideixin en la selecció final dels referents més emblemàtics.

25 anys després buscant a Google imatges de Barcelona'92, es produeix el mateix efecte, apareixen, prioritàriament, uns pocs referents: el logotip i la mascota, algunes imatges de les cerimònies (l'arquer i l'encesa del pebeter, la gran bandera olímpica sobre els atletes, la tempesta en el mar de la Fura dels Baus), el nedador o nedadora fent el salt del trampolí a la piscina de Montjuïc, el Princep Felipe fent d'abanderat, els futbolistes de la selecció espanyola amb la medalla d'or, imatges de la llotja amb Samaranch, Castro, Mandela, Maragall i el rei Joan Carlos I.

El fotoperiodisme també crea imatges que perduraran en la memòria local com, per exemple, la foto de Pasqual Maragall, amb el seu tabard, saltant de joia, i celebrant la nominació de Barcelona com a seu dels Jocs de 1992.

Les fases de la opinió pública. Abans i després dels Jocs

L'eufòria popular que es produeix amb la nominació de la ciutat com a seu dels Jocs Olímpics, reproduïda i reforçada pels mitjans locals, representa l'inici d'un llarg procés d'opinió pública que passa per diverses fases:

1. Fase d'expectativa (6 a 4 anys abans).
2. Fase de desconfiança i crítica general de la premsa local (4 a 2 anys abans).
3. Fase de consens i autocontrol de les crítiques (1 any abans).
4. Fase d'eufòria (amb la inauguració dels Jocs).
5. Fase d'oblit i ganes de canviar de tema
6. Finalment, fase actual, d'integració en la memòria col·lectiva de l'esdeveniment (grans aniversaris).

L'any de la celebració dels Jocs -1992- es caracteritza per la contenció de l'autocrítica i la minorització dels temes més conflictius que podrien comprometre el consens necessari per a la consecució dels objectius comuns. "Tot el món ens mira".

La opinió pública sobre els Jocs moderns tendeix a centrar-se en els principals problemes de la societat global: economia i globalització; sostenibilitat i política urbana; integració social i multiculturalitat. El principal tema crític respecte dels Jocs d'estiu, en general, es refereix a la política urbanística de la ciutat seu, a les transformacions urbanes i a les instal·lacions necessàries, i sovint efímeres, que exigeix la organització dels Jocs. Això situa els Jocs al centre del debat actual sobre la societat, i no només en relació a l'esport.

A part d'això, les ciutats amfitriones tenen els seus propis temes clau. A Barcelona'92, el tema clau va ser la representació, o no, de la identitat nacional catalana, la seva simbologia, en l'escenari de l'esdeveniment global. Sobre tot si ho comparem amb les experiències olímpiques més recents, podem destacar el caràcter minoritari de les posicions directament partidàries del boicot als Jocs. Les principals tensions es varen centrar en la presència dels símbols "dins" dels Jocs, no "contra" la celebració dels Jocs.

El nucli de la tensió social (a l'opinió pública) respecte dels Jocs de Barcelona cal situar-lo en la reivindicació de la presència de la identitat catalana en la simbologia dels Jocs i en el reconeixement de la seva identitat. I aquesta tensió, finalment, es va expressar positivament a favor dels Jocs. La multiplicació de banderes catalanes als carrers i a les instal·lacions olímpiques, es va acabar convertint en una forma visible de participació popular.

Vint-i-cinc anys després, al 2017, pot sorprendre la limitada presència de veus crítiques respecte de la comercialització i globalització dels Jocs i de l'Olimpisme, unes veus que s'han anat fent més i més presents en el debat públic sobre l'olimpisme modern.

La cobertura periodística

La cobertura dels Jocs Olímpics a la premsa internacional presenta dues grans vessants: la part més estrictament esportiva i la part dedicada a les qüestions de caràcter polític, cultural i social de la ciutat i del país amfitrió.

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

Durant el llarg període d'exposició de Barcelona i Catalunya a la premsa mundial, va destacar el seu interès per dues principals qüestions respecte a la societat organitzadora: la personalitat de Catalunya a l'Espanya moderna i la renovació urbana de Barcelona, la seva capacitat per fer una reforma urbana a gran escala aprofitant els Jocs.

Segons *The Washington Post* "la primera medalla dels Jocs Olímpics eren una nova ciutat". *The Guardian*, sota el títol de "Homenatge a la planificació catalana", afirmava que "La Barcelona Olímpica era potser l'únic gran esdeveniment en la història de la planificació des de la postguerra, a escala de tota una ciutat" (citada per Ladrón de Guevara, 1995).

Però a banda d'aquestes qüestions més tangibles i polítiques, les informacions periodístiques sobre els Jocs Olímpics també atribuïen un gran valor a la participació ciutadana, popular, en l'esdeveniment. L'ambient que es respirava a la ciutat i a les instal·lacions, el tracte que rebien els periodistes per part dels voluntaris, constituïren un aspecte clau de l'avaluació final feta pels mitjans. Les vivències de la ciutadania s'havien convertit en símbols promocionals de la ciutat i del país.

Aquest clima era contagiós. Així ho descrivia Lluís Permanyer:

Ja fa dies que es palpa l'estat d'excitació que revela la voluntat dels ciutadans de llançar-se a participar. I ahir, a l'arribada de la torxa, es va confirmar aquest desig imperiós. (...) Era un espectacle en què la ciutadania va ser la veritable protagonista, per que evidenciava un desig de goig, de diversió i d'omplir els espais urbans. I això, en una ciutat de tarannà del nord enriquit amb el millor de la vitalitat del sud, es converteix és una festa contagiosa i digna de ser, almenys, contemplada. M'emociona veure els carrers i les places, que de vegades apareixen massa espesses i municipals, literalment ocupades per barcelonins feliços. La ciutat és la gent, va sentenciar Shakespeare. Ahir, el millor va ser la gent. Normal". (La Vanguardia, 27 de juliol de 1992).

La celebració dels aniversaris: les fluctuacions de la memòria

El primer aniversari dels Jocs, l'any 1993, es va celebrar amb nombroses activitats institucionals i una notable atenció mediàtica. Els diaris de Barcelona (*El País*, *La Vanguardia*, *El Periódico*, *Avui*) varen dedicar una àmplia cobertura a aquesta commemoració: portades amb muntatges fotogràfics especials, editorials, reportatges, enquestes a personalitats i una àmplia evocació dels actes de celebració oficial. Les institucions locals i olímpiques varen organitzar un programa variat que incloïa la constitució de la Fundació Barcelona Olímpica i la inauguració de la seva *Galeria*, la presentació del film oficial dels Jocs *Marathon* al Palau Sant Jordi, l'enllumenat del pebeter i una festa final de música i focs artificials.

Però no tot serien flors i violes. La crisi internacional dels noranta, esquivada en part pels Jocs, es feia present a la ciutat. Els comentaris periodístics i les manifestacions polítiques plantejaven de manera oberta el conflicte que afrontava la ciutat, entre la nostàlgia pel passat i la necessitat de trobar nous objectius. (*"Barcelona viu l'any postolímpic entre la tenalla de la crisi i els projectes de futur"* (*Avui*, 25 de Juliol de 1993); *"El agridulce despertar del sueño olímpico"* (*El País*, 25 de juliol de 1993).

Als anys següents la nostàlgia es va transformant en incomoditat i necessitat d'oblit quan la societat barcelonina prefereix canviar de tema. Parlar dels Jocs va esdevenir políticament incòmode. Així el segon i tercer aniversari, 1994 i 1995, passa sense pena ni glòria. Únicament un grup de ex voluntaris es reuneixen al vespre del dia 25 de juliol per obrir unes ampolles de cava i brindar pels bons records. Les referències periodístiques són imperceptibles i els actes oficials inexistents.

Entre les excepcions, la continuïtat de les activitats acadèmiques del Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport de la UAB, que entre 1994 i 1995 edita el llibre *Les claus de l'Èxit*, posa en línia la seva primera web i signa, amb el Comitè Internacional Olímpic, el conveni de la primera Càtedra universitària d'Estudis Olímpics (Fernández Peña et al., 2015).

Però la celebració dels aniversaris dels Jocs experimentaria una sorprenent revifada pública, mediàtica e institucional, coincidint amb la cloenda dels Jocs d'Atlanta l'any 1996, quan *"Atlanta fa encara millors els Jocs de Barcelona"* (*Avui*, 25 de Juliol de 1996).

El 1996 Barcelona recupera el ritual olímpic de l'encesa del pebeter a l'Estadi Olímpic, i els Jocs de 1992 tornen a ser objecte d'atenció periodística. Especialment significatiu d'aquesta recuperació és la celebració commemorativa – per primera vegada a la història- del desè aniversari de la nominació de Barcelona com a seu olímpica. El dia 16 d'octubre de 1996, en el context de les crítiques a la organització d'Atlanta, l'Ajuntament de Barcelona organitza un gran espectacle piromusical al que assisteixen unes 180.000 persones. Segons *El Periódico*, patrocinador de la festa, Barcelona rememora la apoteosis olímpica. Els Jocs de Barcelona tornaven així, amb gran relleu, a la primera plana de la premsa local.

Els anys posteriors, fins arribar a la celebració del 10è aniversari, es torna a la celebració discreta. El Juliol de 1998 s'organitza un gran míting atlètic internacional a Montjuïc, però les fotos periodístiques mostren les grades de l'Estadi buides, evidenciant les dificultats de reconstruir, més enllà de la memòria i del simbolisme, els aniversaris dels Jocs.

Amb motiu del 20è aniversari, sota l'eslògan de "*Sempre Olímpics*", es proposa un programació austera, condicionada per la crisi econòmica, que aprofitarà tots els esdeveniments esportius del calendari anual per posar-hi el segell de l'aniversari. Entre els actes específics destaquen el lliurament de medalles als principals protagonistes i, més popular, un homenatge als milers de voluntaris. Es reviu el ritual olímpic del relleu de la torxa amb un recorregut que va des de l'Ajuntament fins al nou Museu Olímpic de Montjuïc, que s'havia inaugurat l'any 2007. El 20è aniversari també va ser motiu de diversos reportatges de televisió (RTVE, TV3 i BTV) sobre el que van significar aquells Jocs per a la ciutat.

Escric aquestes línies tot just quan s'acaben de presentar els trets fonamentals de la celebració del 25è aniversari en un acte solemne al Saló de Cent de l'Ajuntament de Barcelona (el lloc més emblemàtic de la ciutat per aquesta mena d'actes commemoratius). Es reitera el criteri d'organitzar un programa auster, reconeixent però que es tracta de commemorar un fet singular de la història de la ciutat, un esdeveniment patrimoni de tots.

A part dels actes protocol·laris i de la renovació d'alguns rituals olímpics, es proposen diversos debats i conferències, orientades a descobrir aspectes oblidats o desconeguts de la complexa organització dels Jocs. Les "noces de plata", els 25 anys, contarán amb un logo propi, dissenyat novament per Josep Maria Trias, i que reinterpreta el símbol inicial.



El programa convida a la participació, i ho fa amb una tecnologia de la que encara no es disposava l'any 1992, amb un lloc web propi ³ dedicat a l'esdeveniment.

Tots els mitjans de comunicació (premsa, ràdio, televisió) dedicaran monogràfics a la celebració dels Jocs del 25è aniversari. Reconeixent els diversos aspectes del llegat dels Jocs coincidint tots ells en que el 1992 va ser un moment, feliç, històric, de la ciutat.

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

Sobre el model d'èxit de Barcelona'92

L'èxit de Barcelona ha estat reconegut a escala internacional per tres principals aspectes:

- a. Les sinergies entre els Jocs i la renovació urbana.
- b. La precisió en l'organització de les proves atlètiques i en la logística d'acollida als participants (transports, allotjament, serveis tècnics).
- c. I, finalment, però no menys important, la festa i la convivència al carrer que contagiava tot l'ambient.

Barcelona va saber "apropiar-se" dels Jocs, creant sinergies entre la renovació de la ciutat i l'esdeveniment, demostrant capacitat organitzativa i creant un clima de convivència reconegut per la població local i els visitants.

La valoració dels Jocs Olímpics va trobar un moment especial – de gran transcendència periodística i emocional- en les diferents fórmules d'elogi utilitzades pel President Samaranch en els seus discursos de clausura.

A la clausura dels Jocs de Seul'88 el President, en nom del CIO, oferia als coreans "*El nostre més profund agraïment. Dono les gràcies als competidors, als oficials, als espectadors, als mitjans de comunicació i a tots els que han contribuït a l'èxit d'aquets Jocs*".

A la clausura dels Jocs de Barcelona 92, en canvi, el President va pronunciar una frase que portava els elogis al límit: *Ho heu aconseguit. Aquests han estat, sense cap mena de dubte, els millors Jocs de la història olímpica*. Una frase amb tots els èmfasis retòrics possibles: s'inicia amb una expressió de complicitat (*ho heu aconseguit*), es reforça amb una afirmació de garantia (*sense cap mena de dubte*) i s'emfatitza amb una referència solemne (*a tota la història olímpica*).

Aquests elogis no es van pas poder repetir en el cas dels Jocs d'Atlanta, però sí en els Jocs de Sydney on Samaranch va buscar una forma elogiosa similar, però no igual, a la de Barcelona. Els Jocs de Sydney havien estat "*the best Olympic Games ever*", no, exactament, *els millors de tota la història olímpica*. Després de Barcelona ja era difícil continuar fent elogis comparativament. El reconeixement de l'èxit per comparació històrica havia exhaurit els seus recursos retòrics. Passats ja vint-i-cinc anys dels Jocs, podem fer ara una relectura, més autocrítica, i també més equànime, del model d'èxit de Barcelona'92.

Sorprèn, per exemple, la escassa atenció de les cròniques sobre Barcelona'92 del llegat rebut de les ciutats que la van precedir, reconegudes, això sí, en un dels rituals de la cerimònia inaugural que escenificava la història dels Jocs amb la entrada a l'Estadi de representant totes les anteriors ciutats olímpiques, des d'Atenes 1896 a Barcelona 1992. Les interpretacions, sovint apologetiques dels Jocs de Barcelona, han tendit a ignorar o a minimitzar les fites assolides pels Jocs anteriors, especialment el llegat de ciutats com Mèxic, Munic, Los Àngeles o Seül, edicions que varen transformar els Jocs, amb programes culturals i d'identitat (Mèxic i

Munic), amb un nou impacte mediàtic i de patrocini (Los Ángeles) o amb una gran implicació tecnològica, econòmica, política i social (Seül).

Hem de reconèixer, per exemple, que el model d'èxit de Barcelona, a dins i a fora de Catalunya, es va veure reforçat per la comparació amb l'organització posterior dels Jocs d'Atlanta, l'any 1996. No pot negar-se que les nombroses crítiques de la premsa internacional a la organització d'aquells Jocs varen actuar, de retruc, com a reforç de la imatge dels Jocs de 1992. Les crítiques a Atlanta – molt destacades als titulars de la premsa barcelonina – reforçaren l'opinió favorable a l'experiència olímpica de 1992: *“La magia de Barcelona ensombrece a Atlanta” (El Periódico, 21 de Juliol de 1996)* y *“Atlanta’96 no pudo con Barcelona’92” (La Vanguardia, 6 d'Agost de 1996)*.

El reconeixement del model Barcelona en la història olímpica – que és indiscutible - s'ha de completar amb el reconeixement, des de Barcelona, de les aportacions rebudes de part del moviment olímpic. Crec que la posterior desorientació del Fòrum 2004 va ser el resultat, al menys en part, de trobar-se sense l'aportació d'un producte (els Jocs) que arribava a Barcelona plenament consolidats i amb una participació d'atletes i de representants internacionals sense precedents.

Olimpisme i crítiques a la globalització al Segle XXI

Ja hem dit que el debat públic sobre els Jocs de 1992 no es caracteritza precisament per fer èmfasi en la crítica a la globalització. Aquesta crítica, que també es va produir, era encara minoritària, i no havia agafat la volada que prendria posteriorment a l'era de les xarxes socials.

En els darrers anys les crítiques als Jocs Olímpics, així com els dubtes sobre la seva sostenibilitat e interès social, s'han incrementat notablement. Davant del procés accelerat de globalització, els Jocs s'aniran veient, cada vegada més, com a exemples de la comercialització de les ciutats i de l'especulació urbanística, com un festival de les marques, més que com un festival de la joventut i l'esport.

La bona convivència entre desenvolupament urbà i Jocs Olímpics del model Barcelona ja no serà la característica dels Jocs posteriors, d'Atlanta, Sydney, Atenes i Rio, amb notables dèficits i qüestionables llegats urbanístics. Algunes ciutats candidates han utilitzat l'èxit reconegut de l'experiència de Barcelona, però ho han fet de manera descontextualitzada i abusiva, per justificar les seves pròpies propostes, deixant com a llegat greus desequilibris i dèficits, especialment a Atenes i Rio de Janeiro. Pekín'2008 i Londres'2012 podem considerar-se casos a part al poder utilitzar els Jocs com a formes de desenvolupament econòmic de les seves grans metròpolis.

Això pot explicar la continua reducció del nombre de ciutats candidates a organitzar els Jocs, afectades per l'oposició ciutadana. De las cinc candidatures per acollir els Jocs del 2024 ja

només en queden dues, després de la retirada d'Hamburg, Roma i Budapest. Resten París, que ja va ser candidata pel 1992 i Los Angeles que ja va organitzar els Jocs de 1932 i de 1984.

A Hamburg la retirada va ser conseqüència del resultat negatiu d'un referèndum entre la població, a Budapest la retirada va estar precedida de la recollida de desenes de milers de firmes en contra i a Roma, la nova alcaldessa Virginia Raggi, retirava la candidatura al·legant que "els romans ens han demanat que ens ocupem de la ciutat de Roma i que dir sí a la candidatura seria hipotecar el futur de la ciutat". Argumentació que, per contrast, es troba a les antípodes del discurs de l'alcalde Pasqual Maragall sobre Barcelona'92.

Les imatges de deteriorament i abandó del centre aquàtic i del (mític) Maracanã de Rio, pesen molt més en la opinió pública mundial que les promeses (sense fonament) de moltes candidatures. Els moviments d'oposició ja no es referiran únicament a les molèsties que pot provocar un gran esdeveniment ("durant aquells dies marxarem de la ciutat"), sinó a la possible inadequació de les inversions, a la desconfiança en l'oportunisme polític o als dubtes sobre quins seran els beneficiaris reals de les grans inversions previstes.

L'increment del gegantisme, del nombre de proves, de les reclamacions de major seguretat i de major confort de les delegacions, fan cada vegada més inviable la organització dels Jocs a ciutats mitjanes europees. Que els Jocs de 2020 s'organitzin novament a Tokio, o que les úniques ciutats candidates a organitzar els jocs de 2014 siguin París i Los Angeles no sembla pas una casualitat, sinó una conseqüència d'aquesta evolució.

L'increment dels moviments crítics a les ciutats olímpiques, la reducció final del nombre de ciutats candidates, ha provocat algunes i encara tímides reaccions del Comitè Internacional Olímpic, com l'Agenda 2020 que es proposa considerar el llegat i la sostenibilitat dels Jocs com a condició bàsica per a la nominació.

Mirant enrere, vint-i-cinc anys després, podem recordar una Barcelona optimista, interessada i capaç de multiplicar "l'atracció de forasters" i de produir un model d'integració entre els grans esdeveniments i la ciutat. El que encara no veiem aleshores eren el riscs de l'èxit, un èxit que ara reclama una nova política per garantir la sostenibilitat i la qualitat de vida a la ciutat.

BIBLIOGRAFIA

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

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

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

FERNÁNDEZ PEÑA, Emilio, et alt. (2011). *Mosaïc olímpic: Recerca multidisciplinar i difusió dels estudis olímpics. CEO-UAB: 20 anys*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona.

LADRÓN DE GUEVARA, Muriel; CÒLLER, Xavier; ROMANÍ, Daniel (1995). "La imatge de Barcelona 92 a la premsa internacional", a: MORAGAS, Miquel de; BOTELLA, Miquel (eds.). *Les claus de l'èxit*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona.

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

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

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

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

MORAGAS, Miquel de; BOTELLA Miquel (eds.) (1995). *Les claus de l'èxit. Impactes, socials, esportius, econòmics i comunicatius de Barcelona,92*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona.

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

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

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

El llegat simbòlic de Barcelona 1992, vint-i-cinc anys després

L'autor reflexiona, amb vint-i-cinc anys de perspectiva, sobre un aspecte singular del llegat de Barcelona '92, el seu llegat simbòlic: idees, icones, continguts, estats d'opinió, que acaben construint la memòria de l'esdeveniment.

Analitza tant el llegat tangible (urbanisme, instal·lacions), com el llegat intangible (imatge, interpretacions, memòria), per establir que, en realitat, el llegat és el resultat d'un conjunt d'interferències. I Barcelona '92 té una metàfora que ho explica: "Obrir la ciutat al mar".

Miquel de Moragas Spà és catedràtic emèrit de la UAB i fundador del Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport de la UAB.



ceo UAB

Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport
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>
ceoj@uab.cat