

TEMAS DE DEBATE

La trastienda de los JJ.OO.

¿QUÉ OTROS INTERESES HAY EN ESTOS JUEGOS APARTE DE LOS ESTRICTAMENTE DEPORTIVOS?

ANÁLISIS: MIQUEL DE MORAGAS

Cultura y comunicación

El deporte moderno, así se ha confirmado en la Eurocopa 2004, genera múltiples casos de antideportividad, no siempre identificados como tales por los medios de comunicación: *hooliganismo*, desconsideración hacia los contrarios, no saber perder... El olimpismo sólo se justifica si es capaz de superar estas contradicciones y convertirse en referente humanístico del deporte moderno. Los Juegos Olímpicos comparten con el deporte de masas su capacidad para expresar identidades y emociones de manera espectacular. Pero la especificidad olímpica, lejos de un romanticismo acrítico, debe identificarse con una opción cultural basada en la renovación de sus valores tradicionales: humanismo, internacionalismo y educación.

El olimpismo debe afrontar ahora las consecuencias de haberse convertido en el principal *megaevent* de nuestro tiempo. La recuperación romántica del helenismo (base de la ritualización olímpica) debe dar paso a un nuevo humanismo más abierto. Por su parte, el internacionalismo, inspirado en las grandes exposiciones de principios del pasado siglo, debe dar paso a una nueva relación entre local y global, superando viejos esquemas impuestos por los estados-nación (equipo, Estado, bandera, himno).

LAS TELEVISIONES, ante la falta de regulación por parte del COI, reconstruyen las ceremonias olímpicas

Esta política cultural debería reflejarse en la superación del déficit educativo que afecta al movimiento olímpico internacional. Baste recordar la ausencia de programas específicos sobre olimpismo en las olimpiadas culturales.

En este contexto las ceremonias olímpicas, que merecerían la consideración de patrimonio inmaterial de la humanidad por parte de la Unesco, constituyen el principal activo y escenario donde expresar y revisar estos valores. Desde Seúl'88, las ceremonias se han ido articulando entorno a tres grandes referentes: la cultura de la sede (recordemos la negociación en Barcelona'92); los rituales más propiamente olímpicos (antorcha, himno, bandera, juramentos); y la escenificación de la participación internacional (desfile de atletas).

El diseño del contenido de estas ceremonias, con audiencias récord, constituye la verdadera olimpiada cultural. Pero su resultado final ya no es responsabilidad exclusiva de los organizadores, sino responsabilidad compartida con los medios de comunicación. Las televisiones, ante una sorprendente falta de regulación por parte del COI, reconstruyen las ceremonias con sus comentarios verbales y la selección o corte de imágenes, con una clara tendencia a favorecer espacios publicitarios y a centrar su atención en *lo propio*.

El análisis de contenido ha puesto al descubierto esta tendencia. En nuestras investigaciones sobre Barcelona'92 descubrimos que TVE dejó de mencionar a 77 delegaciones, el 45% de las 172 que desfilaron. La NBC llegó a sumar 1 hora y 12 minutos de cortes en la ceremonia, dejando de mencionar a 38 delegaciones. La cobertura más *respetuosa* de las 28 televisiones internacionales estudiadas en 1992 en un proyecto liderado por CEO (UAB) fue la de la televisión griega pública (ERT), seguida de la BBC. La televisión griega consideraba la tradición olímpica como genuinamente griega. La BBC, por esto debe destacarse su valor, expresaba su respeto por los rituales atendiendo a su valor universal.

Los Juegos de Atenas coincidirán en el tiempo con la celebración del Fórum 2004. Recuerdo ahora las lagunas de la Olimpiada Cultural de 1992 y pienso que el Fórum no es sólo el resultado de la necesidad de renovar el protagonismo internacional de Barcelona, sino también el resultado de la necesidad de recuperar la dimensión cultural, mundial, de los grandes acontecimientos.●

M. DE MORAGAS, director del Instituto de la Comunicación (Incom-UAB) y del Centro de Estudios Olímpicos (CEO-UAB) de la UAB

LA SITUACIÓN: JOHN J. MACALOON

Los Juegos Olímpicos y la globalización

Como el acontecimiento programado más famoso del planeta, los Juegos Olímpicos podrían considerarse la máxima representación de los diversos procesos definidos por el término *globalización*. Aunque, en realidad, las formas y fuerzas globalizadoras se desarrollan de manera desigual en los asuntos olímpicos, entran con frecuencia en conflicto y deben enfrentarse con regularidad a la resistencia de los agentes y condiciones locales.

Tomemos como ejemplo el relevo de la antorcha olímpica. Cuando recientemente pasó por Barcelona de camino a Atenas, los perspicaces ciudadanos sin duda apreciaron marcadas diferencias en comparación con el relevo de la antorcha de los Juegos de Barcelona de 1992.

Por ejemplo, la antorcha de 2004 iba rodeada por un cordón de motoristas y *corredores de refuerzo*. Eran miembros del personal de seguridad y numerosos expertos en control de multitudes, que se comunicaban por un complejo sistema de radiotransmisores. Con un lenguaje de formalismo estricto, casi militar, un único jefe de operaciones se encargaba del seguimiento y la dirección de su equipo, formado por más de un centenar de personas. Ya se tratase de recoger o dejar a los portadores de la antorcha, ocuparse de la *llama original*, preparar el escenario para una parada, cargar el avión o trabajar con antelación en la próxima ciudad, este personal tenía todos sus movimientos coreografiados al milímetro.

¿Y en qué idioma eran sus conversaciones por los radiotransmisores? ¿En griego? ¿En catalán? ¿En castellano? Sin importar la ciudad que visitase, la etapa internacional del relevo de la antorcha griega fue orquestada en inglés, puesto que el 80% del personal era estadounidense. Trabajan para una empresa con sede en Colorado llamada ALEM Inc. Su carismático líder, Steven McCarthy, estaba al mando operativo del relevo en su recorrido por las calles de Barcelona, tal como estuvo en todos los demás sitios por los que pasó la antorcha. Con el respaldo del COI, el Comité Olímpico Organizador de Atenas había contratado a ALEM para dirigir la etapa internacional del acontecimiento. Apenas había más de ocho griegos en el relevo *griego* de la antorcha.

En Grecia, casi todo el personal encargado del relevo es oriundo del país. No obstante, la plantilla de esta operación nacional continúa siendo de ALEM, ha sido impuesta por las altas esferas y, en términos generales, contraría los deseos de los especialistas tradicionales del Comité Olímpico Helénico encargados del relevo de la antorcha olímpica. Tal

J.J. MACALOON, profesor de Ciencias Sociales en la Universidad de Chicago. Miembro del comité ejecutivo de la com. para la Reforma de 2000 del COI. Traducción: Verónica Canales

como uno de ellos me dijo cuando íbamos juntos en la caravana del relevo: "McCarthy es un hombre sincero y su equipo es increíblemente eficiente, pero han acabado con gran parte del verdadero espíritu de la antorcha tal como nos gusta vivirlo a los griegos".

¿Por qué quedó establecido el modelo de ALEM como "el mejor método del mundo" para el relevo de la antorcha? En 1996, Atlanta encargó el relevo de la antorcha a su departamento de relaciones corporativas y marketing. Al carecer por completo de experiencia olímpica, sus responsables buscaron una subcontrata especializada en gestión de acontecimientos, un especialista en relevos de antorcha olímpica. Así fue como ALEM dio sus primeros pasos. Los especialistas de Sydney acudieron a la celebración y quedaron lo bastante impresionados como para contratar más adelante a ALEM para la gestión de operaciones en el relevo de la antorcha olímpica de Sydney, bajo supervisión australiana, por supuesto. En Salt Lake City, McCarthy y ALEM, siguiendo el paradigma establecido por el español Manolo Romero en la producción televisiva de los Juegos, ya no eran agentes contratados, sino más bien una *joint venture* con el mismísimo Comité Organizador. No está claro si McCarthy aspira a

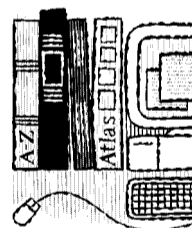
seguir los pasos de Romero y convertir su empresa en órgano subsidiario del COI encargado de asuntos olímpicos, aunque sí se sabe que ALEM aspira de forma activa a gestionar el relevo de la antorcha olímpica en los futuros Juegos.

Para conseguirlo, la empresa tendrá que superar importantes obstáculos que típicamente son ignorados o suprimidos en la conciencia de quienes toman las decisiones confiando en la lógica de "el mejor método del mundo". A decir verdad, lejos de ser realmente global, el modelo de ALEM hasta ahora sólo ha probado su eficacia en países de habla inglesa. La seguridad y la actuación policial discreta son los distintivos de la práctica de ALEM. Esto es lo que hace que el método resulte tan atractivo para los comités organizadores y ante todo para el COI. No obstante, las suposiciones culturales del mundo anglosajón sobre el comportamiento *normal* de una multitud, las prácticas policiales deseables o el impacto disciplinario de la tecnología no encajan en otras culturas urbanas. En la misma Grecia, los gerentes del Comité Organizador de Atenas habían tenido que realizar grandes reajustes en el modelo de ALEM porque el público griego simplemente no toleraría la falta de cercanía con *su* antorcha a causa del innecesario e imponente despliegue de seguridad.

Hay otros aspectos de las operaciones de ALEM en los que se favorece el espectáculo en detrimento del ritual, por ejemplo, en lo relativo a los medios de comunicación. Muchos barceloneses que se acercaron para recibir la antorcha del 2004 sin duda se sintieron molestos al descubrir que apenas podían ver nada. Gracias a "el mejor método del mundo", el portador de la antorcha va inmediatamente precedido por un enorme camión que lo tapa todo. ¿Y cuál es la lógica de esta profanación de la experiencia del ritual? Ese camión tiene la misión de facilitar a las televisiones imágenes sin trabas y de fácil acceso. De este modo se propicia —así lo creen los organizadores y patrocinadores— una cobertura mediática completa y adecuada. El valor de la audiencia televisiva y el interés de lo visual superan la importancia de la participación en vivo y en directo.

Además, los barceloneses apreciaron el aumento de la presencia de los patrocinadores en el relevo de este año. Samsung y Coca-Cola estaban por todas partes, con sus logotipos, sus legiones de personal uniformado, su propia caravana de vehículos, sus propias celebraciones para sus propios portadores de la antorcha, y sus representantes locales pronunciando desde los escenarios principales discursos más largos que el del Comité Olímpico Organizador de Atenas pronunciado por el representante oficial.

Relevo tras relevo, los patrocinadores han recurrido a más artimañas y agresividad. La directora del



PARA SABER MÁS

LIBROS

Enciclopedia of the modern olympic movement
John E. Findling y Kimberly D. Pelle
Greenwood
Westport, 2003

La aventura olímpica
A. Alcoba López
Campomanes
Madrid, 1992

The Olympics: a history of the modern games
Allen Guttmann
University of Illinois Press
Urbana, 2002

Rite, drama, festival, spectacle: rehearsals toward a theory of cultural performance
John MacAloon
Inst. for the Study of Human Sights
Philadelphia, 1984

Juegos Olímpicos: una ilusión universal
A. Mercé Varela
Edicions 62
Barcelona, 1988

Barcelona: l'herència dels Jocs (1992-2002)
M. de Moragas
Miquel Botella (eds)
Centre d'Estudis Olímpics (UAB):
Ajunt. Barcelona
Ed. Planeta, 2002

WEBS

www.olympic.org
Comité Olímpico Internacional

www.athens2004.com/JJ.OO. Atenas 2004

www.cultural-olympiad.gr/
Olimpiada Cultural Atenas 2004

http://olympicstudies.uab.es/
Centro de Estudios Olímpicos (UAB)

www.ajennings.8m.com/
Juegos y corrupción

TEMAS DE DEBATE

El 13 de agosto empieza el acontecimiento deportivo más seguido en todo el mundo: los Juegos Olímpicos, que en esta ocasión se celebran en Atenas con unas medidas de seguridad excepcionales. No es un evento estrictamente deportivo. En su

entorno se mueven muchos otros aspectos que para la mayoría de los espectadores pasa inadvertido. No se ve todo lo que hay ni todo es lo que parece. En *La Vanguardia* hemos reunido a tres expertos para que nos introduzcan en esta trastienda.



ILUSTRACIONES: KATJA ENSELING

relevo de la antorcha de Atlanta me contó que invirtió "más del 70% de su tiempo" en intentar mantener a raya a Coca-Cola. Ya en 1984, un intenso sentimiento griego en contra de la *comercialización* de la antorcha olímpica estuvo a punto de acabar en un estallido de violencia en la antigua Olimpia. Este año hemos visto a los ciudadanos de Miceinas y otras ciudades del Peloponeso recortando con cuidado el logotipo de Coca-Cola de los banderines y carteles del relevo.

¿Cómo son las relaciones entre los patrocinadores y ALEM? Los defensores neoliberales de la globalización podrían suponer que son de camaradería. Y también compartirían esta opinión los críticos de izquierdas. Estas suposiciones son totalmente erróneas.

Está claro que los patrocinadores del relevo quieren una operación segura, efectiva y predecible, y por ello han respaldado la continua contratación de ALEM. También está claro que ALEM trabaja para los comités organizadores y por tanto de-

LA RELACIÓN entre el patrocinador y el personal de ALEM adquiere en ocasiones tintes de guerra

be colaborar con sus patrocinadores. Sin embargo, en el relevo, Steven McCarthy y sus socios se enfrentan cada día, e incluso cada hora, a intentos de los patrocinadores de transgredir las fronteras de la autoridad y el buen gusto. Como resultado, el equipo de ALEM constituye en la actualidad la principal resistencia a las acciones de los patrocinadores que amenazan con contaminar la representación con los valores del espectáculo comercial. De hecho, la relación entre el patrocinador y el personal de ALEM adquiere en ocasiones tintes de guerra.

El público desconoce en gran me-

didada esta situación. El *mejor método del mundo* no es culturalmente neutral ni universal.

Estas son lecciones que deberían ser recordadas en Lausana, donde el culto a los *mejores métodos del mundo* han tomado el poder bajo el mando del presidente Jacques Rogge. Puesto que ocupó el cargo con poca experiencia de gestión, no sorprende que el personal administrativo lo haya aprovechado para hacerse con poderes que jamás poseyó durante el mandato de Samaranch. Para legitimarse, este personal hace uso del lenguaje y las prácticas de las escuelas de gestión suiza y francesa, y de empresas de consultoría estadounidenses. Lausana es ahora la capital olímpica de exóticos diagramas de flujo y *servicios especializados*. No es necesario negar los beneficios de la eficacia y profesionalidad así logrados para subrayar que estos *mejores métodos del mundo* pueden ser, en otros contextos olímpicos, igualmente críticos, de lo más provinciano y ligado a una cultura exclusiva.●

OPINIÓN: HARVEY ABRAMS

Mito y realidad

Los Juegos de 2004 están a punto de iniciarse en Atenas. Los primeros Juegos modernos tuvieron lugar en Atenas en 1896. En la antigüedad no se celebraban en Atenas, sino en un territorio del occidente griego llamado Élide donde se encontraba Olimpia. A lo largo de estos últimos cien años han adquirido gran difusión algunos mitos sobre los Juegos Olímpicos.

Por ejemplo, muchos han escrito que Pierre de Coubertin fue el fundador de los Juegos Olímpicos. No es del todo cierto. Coubertin resucitó la idea de los Juegos, la tomó de otros y la convirtió en éxito. En Inglaterra Robert Dover organizó sus Juegos Olímpicos de Cotswold a partir de 1612 y hasta 1852. También en Inglaterra, el doctor William Penny Brookes organizó en 1850 los Juegos Olímpicos de Much Wenlock. Pierre de Coubertin conoció esos certámenes y en 1890 habló con Brookes. Por otra parte, en Atenas se celebraron Juegos Olímpicos Nacionales en 1859, 1870, 1875 y 1889, pero sólo para griegos. Coubertin utilizó todas esas ideas para organizar con éxito los Juegos Olímpicos modernos. Patrocinó reuniones en la Sorbona de París en 1892 y 1894, cuando creó el Comité Olímpico Internacional. En realidad, Coubertin quiso celebrar los primeros Juegos Olímpicos en 1900 en París, pero los griegos se mantuvieron firmes en su decisión de albergarlos y finalmente en 1896 se celebraron los primeros Juegos en Atenas.

Otro mito es que los antiguos atletas griegos eran aficionados que competían por la gloria y una simple corona de laurel. No es cierto. Al principio los concursos atléticos se realizaban en honor de Zeus, por lo que en sus inicios religiosos. A medida que las fiestas religiosas crecieron y ganaron predicamento, se convirtieron en un importante acontecimiento económico y político. El repertorio de juegos se fue ampliando, y los vencedores volvían a su casa como héroes (como ocurre hoy) y recibían honores y dinero (mucho dinero).

Incluso la fecha de los Juegos antiguos es un mito para el hombre moderno. Los Juegos Olímpicos no empezaron en el 776 antes de nuestra era, sino mucho antes. El año 776 es la fecha en que se registró el primer vencedor olímpico que conocemos, pero hubo muchos vencedores anteriores cuyos nombres ni siquiera conocieron los historiadores antiguos. Fue Hippias de Elis quien empezó a llevar un registro más de cien años después del inicio de los Juegos. Ése fue el comienzo del calendario griego conocido como Olimpiada, un ciclo de cuatro años. Los Juegos Olímpicos se celebraban en el primer año de cada Olimpiada.



tregua sagrada que los antiguos griegos llamaban *ekecheiria*. En la antigua Grecia existió realmente una tregua, pero no detenía las guerras. Amparaba a los viajeros que acudían a los Juegos y a la ciudad Estado de Elis, que albergaba los Juegos. Establecía que, una vez llegados, los atletas y peregrinos no se pelearían entre sí, aunque pertenecieran a ciudades-Estado en guerra. La tregua protegía a quienes acudían a honrar a Zeus. No protegía todo el mundo. La guerra continuaba, pero los viajeros que cruzaban los territorios en conflicto no sufrían daño alguno.

Los Juegos son el acontecimiento deportivo de mayor éxito en el mundo. Los amo. Pero también soy historiador, y amo la verdad.●

HARVEY ABRAMS, *presidente del Instituto Internacional para el Deporte y la Historia Olímpica*. Traducción: Juan Gabriel López Guix