Los juegos olímpicos desde la teoría de la comunicación

POR **DANIEL E. JONES**

Los Juegos Olímpicos modernos, como fenómenos deportivos y culturales de masas, han tenido una evolución paralela a la de los medios de comunicación audiovisual a lo largo del siglo XX. En efecto, las industrias culturales han utilizado este tipo de deporte-espectáculo para nutrirse de información y entretenimiento, cada cuatro años, con el fin de ofrecerlos a sus respectivas audiencias.

En especial, desde la implantación de la televisión, a partir de la Segunda Guerra Mundial, los Juegos Olímpicos se han ido consolidando y desarrollando a medida que este medio iba logrando, a su vez, una mayor mundialización y tecnificación -satélite, cable- y el sistema publicitario transnacional alcazaba su plena globalización.

Por otra parte, el papel dinamizador y espectacular de los Juegos, que potencian y promueven a la ciudad y al país sede ante la comunidad internacional, confieren a aquéllos un interés político, ideológico, cultural y económico de primer orden. Las grandes ciudades, regiones y Estados de Occidente -que pueden afrontar financiera y técnicamente este tipo de realizaciones- se disputan el honor de ser sedes olímpicas, con objeto de poder presentar ante la audiencia televisiva mundial lo mejor de sí mismos, consigan o no medallas en las diferentes competiciones estrictamente deportivas.

Por tanto, al margen de otras consideraciones, los Juegos Olímpicos constituyen desde hace tiempo un objeto de estudio, no sólo apasionante sino también necesario, para analistas de los fenómenos culturales y comunicativos de masas de todo el mundo, desde diferentes perspectivas teóricas -política, sociológica, económica, antropológica, semiótica, lingüística-, pero, además, desde otros ámbitos, como el tecnológico.

Al mismo tiempo, este interés académico ha llevado a diferentes universidades e instituciones de investigación del mundo, especialmente de aquellos países que han sido alguna vez sede olímpica, a la creación de centros especializados dedicados al análisis de este fenómeno contemporáneo. Estos han facilitado, a su vez, que nuevas promociones de investigadores se interesen por este tipo de estudios.

Tras la designación de Barcelona como sede olímpica en 1986, parecía lógico suponer que en España en general, y en Cataluña en particular, numerosos estudiosos universitarios -sobre todo procedentes de las ciencias sociales y humanidades- se interesarían por los aspectos sociales, políticos, culturales y comunicativos de los Juegos, además de los meramente deportivos, y que contarían para ello con importantes ayudas institucionales.

Pero esto no ha sido del todo así. Por ello, adquiere mayor relevancia la labor desarrollada desde hace más de un lustro por el profesor Miquel de Moragas, catedrático de la Facultad de

Fundación Telefónica
Telefónica

Ciencias de la Información de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Con el entusiasmo que le caracteriza, así como debido a su capacidad para interesarse por aquello a la vez novedoso e importante, Moragas fue capaz de dejar la comodidad que podía suponer cierto estatus académico y comenzó a estudiar el papel cultural y comunicativo de los Juegos Olímpicos, hasta convertirse en la actualidad, probablemente, en el mejor experto del país en este campo.

Sin embargo, este cambio de rumbo académico no es una novedad en la trayectoria de Moragas. Además de haber contribuido a formar a varias promociones de periodistas e investigadores catalanes en las últimas dos décadas y de haber sido uno de los fundadores de la Facultad de Bellaterra, su actividad investigadora ha sido fundamental para consolidar los estudios sobre comunicación y cultura de masas de España: en los años 70 fue uno de los introductores de la Semiótica aplicada a los medios de comunicación; más tarde, analista de las corrientes teóricas y académicas más importantes en el campo de la Sociología y la Política de la Comunicación; en los últimos años, además, se había mostrado sumamente interesado por el estudio de la mesocomunicación -sobre todo en Cataluña- y de los efectos sociales producidos por la introducción de las modernas tecnologías de la información.

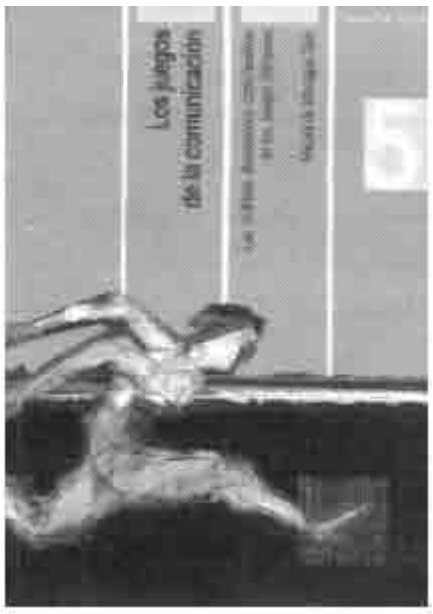
Por tanto, Moragas no podía permanecer impasible ante algo que él mismo ha considerado como el fenómeno comunicativo más importante de la humanidad en tiempos de paz. Puso manos a la obra y estableció contactos personales con los mejores expertos del mundo, participó en diferentes encuentros internacionales y en 1988 fundó en el seno de la UAB, con otros estudiosos catalanes, el Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport, dedicado a la documentación y la investigación de carácter interdisciplinar sobre el olimpismo, y uno de los pocos de este tipo en Europa.

Fruto de esta labor ha sido, entre otras actividades, la reciente elaboración de tres libros dedicados a analizar los Juegos Olímpicos como fenómenos esencialmente culturales y comunicativos. Aunque de manera sucinta, conviene detenerse en cada uno de ellos.

UN GRAN FENÓMENO CULTURAL

El primero constituye la publicación de las ponencias presentadas en el simposio internacional sobre Juegos Olímpicos, Comunicación e Intercambios Culturales (1), coordinado por Moragas y celebrado en Barcelona en 1991, que contó con la presencia de investigadores de diferentes países que analizaron las experiencias de los últimos cuatro eventos: Montreal'76, Moscú'80, Los Angeles'84 y Seúl'88. Además, se estudiaron diferentes elementos claves de Barcelona'92, entre otros: los planes comunicativos y de emisión televisiva; las propuestas de la Olimpíada Cultural; las ceremonias de inauguración y de clausura; el impacto de los Juegos en el sector deportivo y sus prácticas sociales; las repercusiones políticas de los Juegos en la ciudad sede, y la producción de símbolos (diseño gráfico e industrial, mascota y logotipo).

Fundación Telefónica
Telefónica



La experiencia y los conocimientos adquiridos por Moragas en los últimos años han sido expuestos globalmente, además, en un libro monográfico sobre las múltiples facetas comunicativas del fenómeno olímpico (2). Se trata de una obra importante para comprender los Juegos Olímpicos modernos en clave cultural y comunicativa -es decir, desde la perspectiva de la Teoría de la Comunicación, la especialidad del autor-, que constituye hasta ahora la mejor aportación al panorama internacional realizada en España sobre esta cuestión. Se trata de una obra que analiza aspectos muy diversos, como las grandes dimensiones económicas y presupuestarias, el papel político e ideológico, la estrategia cultural, simbólica y comunicativa de las ciudades y países sede, el patrocinio publicitario, las ceremonias y rituales, el papel de los medios de comunicación -en especial la televisión-, las telecomunicaciones y la informática. Probablemente debido a su amplitud temática, algunos capítulos son más acertados y están mejor elaborados que otros -por ejemplo, los conocimientos semióticos del autor dan buenos resultados en los dedicados al análisis de la simbología olímpica-, en tanto que otros aparecen un tanto confusos y quizá tienen excesiva estadística narrada.

REPERCUSIONES PARA BARCELONA

Precisamente, una de las cuestiones que interesan especialmente a Moragas, es decir, las consecuencias que tendrá para la proyección internacional de la cultura catalana la experiencia de Barcelona'92, ha sido abordada de manera específica en otra obra más reciente (3). La simbología olímpica se relaciona con los usos y valores sociales del deporte-espectáculo y también se estudian las dimensiones culturales y la incidencia de los medios de comunicación en la producción y difusión de valores y contravalores. En definitiva, como sostiene el autor, la ciudad de Barcelona tiene el compromiso de dar a conocer la identidad catalana al mundo, pero también el de facilitar el intercambio cultural con otros pueblos y promover la solidaridad a través del olimpismo.
Sin duda, estos tres libros sobre el movimiento olímpico internacional, y sobre los Juegos de Barcelona'92 en particular, forman parte ya de la literatura especializada sobre algunas de las dimensiones más significativas de este fenómeno deportivo y cultural contemporáneo, pero también enriquecen el acervo teórico de la investigación en comunicación social, en un

Fundación Telefónica
Telefónica

momento clave de su desarrollo en España. La celebración de un acontecimiento mundial de estas dimensiones en el país así lo ha propiciado, a la vez que ha favorecido la integración internacional: deportiva, cultural y comunicativa,pero también académica. Lamentablemente, sobre la Expo'92 de Sevilla no se ha hecho hasta ahora ningún estudio de características similares.

(1) Varios autores: Jocs Olímpics, comunicació i intercanvis culturals, Bellaterra, Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport, 1992, 215 páginas.

(2) Miquel de Moragas Spà: Los juegos de la comunicación: las múltiples dimensiones comunicativas de los Juegos Olímpicos, Madrid, Fundesco, 1992,207 páginas.

(3) Miguel de Moragas Spà: Cultura, símbols i Jocs Olímpics: la mediació de la comunicació, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1992, 71 páginas.

Fundación Telefónica
Telefónica