
L'esport televisat, entre espectacle i comunicació política

Nicola Porro

Università di Roma "La Sapienza"
Università dell'Aquila

Traduït de l'Italia per

Carles López

Laboratori d'Investigació Social
(INEF-Catalunya, Barcelona)

Resum: El artículo propone un análisis del deporte-espectáculo televisado que se desarrolla en base a tres directrices. La primera de ellas, considera el evento deportivo como episodio de una historia secuencial, capaz de estilizar y miniaturizar conflictos y estereotipos culturales. La segunda hace referencia al papel de los aparatos simbólicos y las movilizaciones del imaginario social que actúan en la construcción-narración del evento. La tercera se centra en las estrategias que presiden la producción televisiva en sí misma. Adoptando y adaptando categorías e instrumentos de la comunicación política, de la investigación sobre medios de comunicación y de la propia historia social, es posible identificar la presencia de tres dimensiones analíticas (sintaxis, semántica y pragmática del discurso) y de tres arquetipos recurrentes (la conquista, la coronación y la competición). Al mismo tiempo, partiendo de una investigación empírica realizada en un torneo internacional de fútbol por selecciones nacionales, se perfilan los roles y dinámicas de interacción que afectan a los agentes sociales implicados: organizadores del evento, productores de la narración y públicos diferenciados que confluyen en el desarrollo de la trama explicativa.

Abstract: *The article suggests an analysis of TV spectacular sport developed along three main paths. The first concerns the sporting event itself as an episode of a sequential history, able of stylizing and miniaturizing conflicts and cultural stereotypes. The second regards the role of symbolic apparatuses and the mobilization of social imaginary oriented to the construction-narration of the broadcasting. Adopting and adapting categories and tools proper of political communication, media research and social history itself, we can manage to locate*

three analytical domains (syntax, semantics and pragmatics of the media tale) and three recurring scripts (the Conquest, the Incorporation and the Competition). At the mean time, moving from an empirical research devoted to a football international championship for national teams, are traced roles and dynamics of interaction involving social actors, such as the organizers of the "big event", the producers of its media narration and the differentiated publics participating in various ways in the actual and symbolic development of the plot.

Premissa

Els símbols que no són rellevants per a la vida diària, ja siguin lingüístics o icònics, amb les seves frustracions i èxits, es revelen impotents i privats de significat. Els símbols esdevenen aquell aspecte de l'experiència del món material que confereix a aquesta un significat concret. Un símbol comporta sempre una varietat de significats diversos, sovint conflictius, que són tanmateix aspectes constitutius de situacions materials i socials específiques.

Amb aquestes paraules, dedicades a la funció del simbolisme en la comunicació política, Murray Edelman (1992: 13) distingeix entre ús retòric dels codis de comunicació i producció de significat, en el sentit sociològic que han atorgat a aquesta fórmula Max Weber i l'escola interaccionista. Al meu parer, la sociologia pot trobar en l'univers cultural de l'esport un laboratori de recerca extraordinari per donar coherència teòrica a aquesta proposta i evidència empírica, a la difícil recerca sobre símbols, llenguatge i estratègies de comunicació social.

L'univers de l'esport constitueix, però, una galàxia complexa i diferenciada, que defuig tot intent de reducció ad unum. Tenint en compte això, aquest treball vol aportar un primer marc teòric conceptual en què l'anàlisi se centra (i) en els grans esdeveniments televisats, que tracten (ii) els esports col·lectius d'espectacle.

La base empírica per arrodonir aquest marc de referència encara incomplet, l'aporta una recerca promoguda pel servei de control de qualitat dels programes de la RAI (ens públic italià de radiotelevisió) i dirigida per mi mateix. Aquesta ha consistit en l'observació d'un esdeveniment-espectacle de gran audiència: la final dels campionats europeus de futbol que va tenir lloc a Anglaterra els mesos de juny i juliol de 1996.

L'estil i la crònica

Els esdeveniments esportius de gran audiència constitueixen un estil narratiu autònom, que es nodreix de l'extraordinari impacte social de

la comunicació televisiva, que ofereix al públic la crònica d'una vivència emocionalment intensa i carregada de continguts simbòlics. Aquest "gran" esdeveniment esportiu, construït per productors televisius segons estratègies cada vegada més específiques i sofisticades, s'ha definit com "història arquetípica de l'actualitat" (Dayan & Katz, 1992). A més, les emocions, per la seva banda, posseeixen un poder molt gran a l'hora d'orientar la construcció de la realitat, com ho demostren els estudis de Daniel Goleman (1996) sobre la intel·ligència emocional¹.

L'aprenentatge emocional i la reelaboració cultural, fan que la producció de l'esdeveniment per part dels mitjans de comunicació sigui una representació estilitzada dels valors socials dominants, de la cultura col·lectiva i del propi paper de les institucions. Les grans manifestacions d'esport-espectacle, d'altra banda, sempre són organitzades per institucions dotades d'un imminent poder polític (estat) o econòmic (operadors comercials especialitzats, agències o consorcis d'empreses). L'esdeveniment esportiu d'espectacle pertany en definitiva al centre percebut d'una societat i tendeix a ser vehicle de valors i referències simbòliques de tipus consensual (Shils, 1975). La construcció televisiva de l'esdeveniment, de la mateixa manera que els ritus comunitaris tradicionals, tendeix a sacralitzar el "centre". D'altra banda, el nexa subjacent que lliga el joc amb l'àmbit d'allò que és sagrat i la recerca del "centre" amb la seva representació escènica ha sigut intuït per autors com Huizinga (1938) i Caillois (1958), ja fa una colla d'anys, en un temps que precedeix o acompanya l'adveniment de l'era televisiva.

La televisió, o més aviat la seva estratègia productiva (broadcasting), ofereix també el codi interpretatiu o la clau de lectura de l'esdeveniment. La seva descodificació no és sempre fàcil i immediata, perquè, com en les faules i contes populars, la trama narrativa es desenvolupa a més d'un nivell. Dayan i Katz, influïts per la recerca sociolingüística de C. Taylor, distingeixen entre una esfera sintàctica – que ordena la crònica en mòduls més o menys estables –, una dimensió semàntica – en què es "produeix el significat" que l'esdeveniment ha d'assumir per a la comunitat de referència – i un àmbit pragmàtic, en què es desenvolupa materialment la història.

Tots tres àmbits d'anàlisi, alhora, admeten tres nivells principals de recerca. El primer fa referència a la perspectiva històrica: les

1. Per a Goleman, segons la teoria de l'aprenentatge emocional: "Les emocions poden modificar les modalitats de pensament i d'aprenentatge". Aquest parla d'autoconsciència de les emocions com a estratègia cognitiva. Nosaltres ens ocupem més aviat de les metaemocions, enteses com a capacitat de fer abstraccions respecte del context emocional i com a instrument de la producció de significat.

confrontacions prèvies entre els equips en competició, la història del torneig, etc. Aquesta lectura serveix per construir el marc de l'esdeveniment analitzat, situant-lo en una dimensió de llarga durada o en una història seqüencial. La perspectiva històrica posseeix un valor semàntic fortíssim: la història i la memòria concorren a construir el significat de l'esdeveniment, evocant precedents, reelaborant mites lligats a vivències i personatges més o menys remots i connectant-los amb l'actualitat mitjançant l'elaboració d'una trama de significat. D'aquesta manera, l'esdeveniment és transformat en episodi d'un cercle narratiu, que pot recordar les Chansons de geste medievals, amb el seu seguit d'herois, llegendes i al·legories morals o, més banalment, els serials televisius contemporanis. La característica principal d'aquests cicles narratius és la de combinar en trames sempre noves elements absolutament repetitius, operant sobre els materials consolidats en la imaginació i, per això, psicològicament familiar i tranquil·litzant. Per això atribuïm el màxim impacte a la dimensió semàntica. La reconstrucció de la trama històrica en què s'insereix l'esdeveniment, evidentment, no té res a veure amb el desenvolupament concret que tindrà el partit al camp, l'èxit del qual serà producte d'un concurs de circumstàncies només parcialment previsibles. Aquesta, tanmateix, orienta amb molta força la construcció retòrica que el precedeix. La reelaboració històrica intervé també, en part, en la definició de la sintaxi, perquè la trama i l'estructuració de la crònica són, en qualsevol cas, condicionants de la manera d'enfocar-la a llarg termini. Concretament, la crònica del partit s'organitzarà en base a un mòdul narratiu que, segons com s'hagi emmarcat la oposició entre els dos equips contrincants, donarà més valor a determinades característiques i tècniques que a d'altres. D'un enfrontament entre les seleccions anglesa i alemanya s'esperarà una exhibició d'agressivitat i potència en base al falsejament d'una història seqüencial marcada per antigues rivalitats i impregnada d'estereotips etnicoculturals molt arrelats. Per contra, és previsible que un partit entre brasilers i italians giri, sobretot, al voltant de la fantasia i de l'espectacularitat, esperant-ne una exhibició de dots tècnics i de talents individuals. Cada enfrontament serà emmarcat en la seva producció pel fet d'estar precedit i acompanyat del record dels grans reptes del passat i, per tant, de referències a la psicologia social i a l'antropologia cultural. És important per a l'anàlisi documentar-se suficientment amb el material produït per la premsa escrita. Els periodistes d'aquesta, de fet, han tingut i conserven un gran poder de tematització de l'esdeveniment, perquè es dirigeixen a un públic relativament seleccionat i perquè no estan subordinats a la tirania de

les imatges i de la velocitat que presideix el periodisme televisiu.

El segon nivell d'anàlisi estudia les estratègies productives específiques posades en escena pels operadors televisius. Es tracta aquí, sobretot, de verificar com i amb quanta intencionalitat els productors televisius han organitzat la crònica en base a la captació de públic. Una estratègia de broadcasting es ressent, en canvi, només en part de la dimensió semàntica, és a dir, de com s'ha estructurat en el temps la interpretació de l'esdeveniment en termes d'història seqüencial. El que sí és determinant, però, és el paper del productor televisiu, que posseeix el màxim poder d'ordenació de la crònica. Són els productors els qui defineixen la sintaxi de la retransmissió televisiva, adoptant i adaptant llenguatges comunicatius, codis expressius i instruments tecnològics sense, d'altra banda, poder influir directament en el desenvolupament tècnic de l'encontre en concret. I el que és escàs, o gairebé nul, és el poder pragmàtic del broadcasting².

Aquesta dèbil o inexistent influència del productor sobre el desenvolupament material del partit i sobre el seu èxit competitiu esdevé el factor principal que diferencia la crònica esportiva mediàtica de la producció fictícia tradicional o bé, per romandre en l'àmbit esportiu de la producció d'esports perdularis (els encontres trucats de *wrestling* i similars), que s'orienten únicament cap al seu valor com a espectacle. És la pragmàtica el que fa l'esdeveniment imprevisible, fins i tot per als seus mateixos constructors.

La reconstrucció històrica contribueix, doncs, de manera decisiva a fer entreveure el significat atribuït a l'esdeveniment, mentre que les estratègies de narració-producció desenvolupen una sintaxi característica del mitjans. Entre ambdues, els operadors especialitzats, com periodistes i productors televisius, elaboren un producte orientat a un públic que serà tant menys diferenciat com més elevat sigui l'impacte social de l'esdeveniment. Òbviament, l'increment de la participació va lligat a un decrement de la competència tècnica mitjana dels telespectadors³.

2. De totes maneres les recerques sobre mitjans de comunicació i esport constaten que les raons sintàctiques –començant per l'imperatiu elemental de no avorrir el públic, defensant l'audiència i el seu impacte comercial– han influït a la llarga significativament en les normes que regulen les competicions esportives. Em refereixo tant a les normes formals, per exemple la introducció del tie-break en el tennis i el voleibol, com a les informals, per exemple l'efecte cinquanta quilòmetres en les curses ciclistes: la cursa s'encén i exalta tècnicament només a partir del moment que entra en acció la càmera de televisió que seguirà els corredors fins a l'arribada, emfasitzant-ne les maneres de procedir.

3. Així, de fet, mentre la retransmissió d'una cursa d'equitació, un dia i a una hora no especialment bona, pot fer seure davant de la pantalla un petit percentatge de

El gaudiment de l'espectacle es carrega de continguts emocionals i culturals que desborden amb molta facilitat el context del paradigma esportiu tradicional. L'esdeveniment es converteix en fet social total, en què es desenvolupen dinàmiques integratives i sorgeixen manifestacions d'identitat que romanien latents, dinàmiques de conflicte, produccions d'estereotips, etc. Des del punt de vista sociològic, això implica que no ens podem acontentar amb obtenir i comentar dades estadístiques sobre la quantitat de telespectadors i sobre l'audiència dels programes. Tornant a l'exemple anterior: sabem pels índexs d'audiència que gairebé el 75% dels telespectadors italians (22.179.000) van seguir el partit Itàlia - Alemanya del 19 de juny de 1996. Però per identificar la capacitat integradora de l'esdeveniment, els nivells d'implicació, l'impacte dels sediments culturals sobre la comunitat, les suggestions emocionals i les estratègies productives "tingudes en compte", ens ha calgut dur a terme 850 entrevistes que nodrissin la dimensió sociològica, i no només la purament estadística, de l'esdeveniment i dels seus efectes. L'objectiu era identificar els diferents tipus de públic que conflueixen en la composició de l'exèrcit indiferenciat dels telespectadors. Això implica també l'intent de reconstruir el feedback semàntic que té lloc entre els espectadors i la durada (història seqüencial) de l'esdeveniment. Amb aquesta finalitat, la nostra estratègia de recerca va consistir en el subministrament dels qüestionaris a diferents estrats de telespectadors, seleccionats en base a criteris establerts, el principal dels quals era la diferent competència tècnica. L'anàlisi de les respostes ha confirmat substancialment la hipòtesi de treball, segons la qual, l'estratègia productiva influeix ben poc en la reelaboració del significat per part del públic, mentre que l'impacte dels aspectes socioculturals latents és més fort i, sobretot, com era d'esperar, el del desenvolupament del partit, amb el seu autèntic caràcter teatral i la seva aparent casualitat.

La taula 1 resumeix sinòpticament les consideracions sobre el marc teoricometodològic que s'han desenvolupat fins aquest punt.

l'audiència, el públic que assisteix a una final de la copa del món de futbol en què participa la selecció nacional del propi país pot coincidir amb la quasi totalitat dels telespectadors (aquest va ser el cas d'Itàlia a la final dels Estats Units del 94, que van seguir uns tres mil milions d'espectadors de tot el món).

Taula 1
Àmbits i instruments per a la recerca empírica.

	Perspectiva històrica	Producció televisiva	Feedback pel públic
Instruments adoptats	* Anàlisi del material documental disponible, tenint especialment en compte la producció hemerogràfica i les retransmissions radiotelevisives.	* Valoració de les estadístiques sobre els índexs d'audiència. Anàlisi de la composició de la programació * Anàlisi del contingut dels encontres i de les retransmissions que l'envolten. * Perfil de la producció publicitària.	* Entrevistes amb qüestionari a una mostra estratificada aleatòria de telespectadors d'un partit. * Anàlisi de contingut dels contactes per Internet.
Interaccions i influències	* Forta influència sobre la producció de significat de l'esdeveniment. (esfera semàntica). Dèbil influència sobre la sintaxi.	* Dèbil influència sobre la producció de significat de l'esdeveniment (esfera semàntica). * Forta influència sobre la sintaxi.	* Reaccions fortament estimulades per la pragmàtica del partit. * Influència semàntica de la història seqüencial.

Conquesta, coronació, competició

El discurs esportiu produït pels grans mitjans de comunicació i, especialment per la televisió, està dotat de tres dimensions bàsiques i és reconstruïble analíticament mitjançant una metodologia combinada que tingui en compte la tematització adoptada sobre tot per la premsa escrita (prospectiva històrica), la estratègia de broadcasting duta a terme en relació amb l'esdeveniment específic i les dinàmiques de feedback que afecten el públic i que poden ser estudiades mitjançant l'observació.

El resultat d'aquest tipus de lectura combinat permet identificar les principals formes narratives (script) que aborda la narració-construcció de l'esdeveniment. Dayan i Katz, ocupant-se dels grans esdeveniments cerimonials, mantenen haver identificat tres formes dominants: la conquesta, la coronació i la competició, categoria principal (encara que no exclusiva) de l'univers esportiu.

La categoria de la conquesta s'associa al paradigma carismàtic

weberiana: una empresa excepcional realitzada per un personatge que està representat pels estereotips de l'heroi. La coronació es relaciona més aviat amb el model tradicional i dona èmfasi als caràcters cerimonials i rituals que exalten l'estatus i prerrogatives d'una o més de les personalitats dominants. La competició pertany, en canvi, a la dimensió legal-racional: requereix regles precises i criteris indiscutibles d'atribució de la victòria.

L'esport, com la política o el debat jurídic, presenta una relació privilegiada en l'esfera de la competició. El gran esdeveniment esportiu, tanmateix, es participa de totes tres formes narratives diferenciades en el model de Dayan i Katz.

En un context competitiu dirigit per regles, es materialitza una conquesta (el títol, la medalla, el rècord), la qual alhora alimenta una reelaboració en clau heroica del/s protagonista/es. L'èxit és després celebrat mitjançant un cerimonial (com ara el lliurament de medalles olímpiques). Aquest cerimonial té en compte, gairebé perfectament, els mòduls metafòrics del ritus de coronació: l'exaltament del guanyador mitjançant l'activació d'un potent aixovar simbòlic (tendencialment inalterat amb el temps), l'èmfasi posat en la identificació col·lectiva que això produeix (l'alçament de la bandera, escoltar l'himne nacional...) o l'acte de submissió dels vençuts (la jerarquia del pòdium) que serveix per refermar i/o confirmar l'estatus únic del dominador.

Tota competició –però especialment l'esportiva– implica regles conegudes, pressuposa la presència de jutges-àrbitres i d'un públic participant i es desenvolupa segons dinàmiques escèniques relativament constants. Gairebé tots els grans esdeveniments esportius, d'altra banda, tenen caràcter periòdic, pertanyen a un calendari que emfasitza el temps d'espera i, en aquest sentit, converteix l'esdeveniment en previsible, tècnicament programable. La "ritualitat cíclica" de les grans performances esportives és molt important per a la producció televisiva. La previsibilitat, de fet, permet la comercialització de la manifestació, la seva rendibilitat en termes de mercat (drets televisius, esponsoritzacions, publicitat, merchandising). Al cap i a la fi, l'esdeveniment roman no predible ni programable en el seus èxits. La salsa de la competició consisteix en definitiva en la impossibilitat d'identificar a priori un guanyador concret (i com no, l'opulent mercat de les juguesques). I si això és generalment vàlid per a totes les competicions esportives, potser ho és més que per a cap altre, per al futbol professional. "La pilota és rodona" no és tan sols una dita popular banal: la història del gran futbol és plena d'esdeveniments inesperats, sorprenents "irrepetibles" en la seva repetibilitat, capaços de desencadenar en

masses de seguidors la depressió o l'eufòria. Totes les seleccions de futbol han tingut l'experiència d'una catàstrofe simbòlica: Anglaterra en la seva primera participació als Mundials (1950), eliminada pels dilettants Estats Units; Itàlia derrotada en els Mundials del 66 pel gol d'un dentista nord-coreà... De la mateixa manera que un equip africà amb molta voluntat, Nigèria, pot aconseguir, superant tots els pronòstics, vèncer el torneig olímpic d'Atlanta, humiliant l'aristocràcia del futbol europeu i sud-americà.

No obstant això, un partit de futbol representa també una forma d'estilització i miniaturització de comportaments col·lectius que s'arrelen en sensibilitats i percepcions socials difuses. Es pot explicar així el fort corrent empàtic que lliga els telespectadors amb el seu equip. La recerca amb qüestionari que hem dut a terme, per exemple, ha demostrat àmpliament fins a quin punt és difusa la idea que la tècnica, la tàctica i l'estil de joc de la selecció nacional expressin una mena de "caràcter" peculiar de la comunitat de referència. Dada que es reforça amb el fet que aquesta convicció decreix en la mesura que augmenta la competència tècnica. Un grup de control dels nostres entrevistats –constituït per tècnics, entrenadors i jugadors semiprofessionals– ha manifestat una percepció força menys propensa a aquesta representació antropològica, destacant, per contra, el caràcter cada vegada més internacionalitzat, professionalitzat i homologat del futbol-espectacle. Cal destacar que aquesta és una de les poquíssimes diferències significatives registrades entre mostres de telespectadors genèrics i públic competent, mentre que la implicació emocional i empàtica amb l'equip i el sentiment de pertinença simbòlica a la comunitat nacional, presenten valors estadístics increïblement homogenis entre els diversos públics seleccionats per a la recerca (Porro 1997).

Podríem afegir que la periodicitat de les grans manifestacions competitives, permet, en teoria, que l'esdeveniment i el seu èxit esdevinguin menys dramàtics, perquè contempla la possibilitat d'una revenja en un termini establert. És, tanmateix, en l'esfera de la comunicació televisiva que l'esdeveniment sobressurt de la quotidianitat i es configura com a arena d'incertesa elaborada en clau teatral i impregnada d'humors col·lectius, de desigs inconscients, d'expectatives latents i de valències polítiques. El gran esdeveniment esportiu d'espectacle s'inclou, doncs, en un context de ritualitat cíclica (les cites del calendari de competicions internacional), produeix la sensació d'una sortida de la quotidianitat i s'identifica en un espai territorial i temporal que confereixen unitat i irrepetibilitat. Aquestes característiques permeten a la forma narrativa dominant –la Competició–, reforçant el propi reclam

sobre un públic vast i de gustos heterogenis, incorporar elements propis de la Coronació i la Conquesta.

En resum, la periodicitat de l'esdeveniment –fins i tot amb l'alternança dels actors individuals– significa continuïtat, construcció i reforç d'una tradició. En l'esfera carismàtica de la Conquesta es produeix una altra –no secundària– dimensió, que és la Competició. L'esdeveniment es reelabora sempre com a desafiament portat al límit, que fa de testimoni indirecte de la presència entre nosaltres d'herois autèntics, dipositaris de facultats sobrenaturals imprecisables (el carisma en el seu significat etimològic). Les tematitzacions que els mitjans de comunicació tradicionals, la premsa principalment, n'ofereixen, poden ser plenament considerades com a forma de producció intencional de la història. La televisió, per la seva part, aporta en aquesta construcció de significat l'impacte poderós de la imatge, afavorint la il·lusió d'una història viscuda com a experiència compartida per l'espectador (“jo també hi era”). La retransmissió en “directe”, alimentant funcions típicament integratives per a la comunitat, produeix sensació de fusió i evoca una història comuna, menor però sòlidament ancorada en l'imaginari i en la memòria col·lectiva. Aquesta pot, finalment, desencadenar comportaments “anòmals” que s'accepten dins l'excitació produïda per l'esdeveniment com a perfectament normals: reaccions individuals d'exaltació, de ràbia, d'entusiasme, de la desil·lusió d'un sol seguidor davant del televisor fins a les manifestacions d'exaltació col·lectiva que segueixen una victòria important de l'equip. Eufòria, depressió, deliris d'omnipotència i rituals d'elaboració del dol, assumeixen al seu temps configuracions culturalment peculiars. Aquestes funcions integratives de l'esdeveniment esportiu tractat pels mitjans es diferencien, tanmateix, dels ritus comunitaris tradicionals per la presència d'un enemic. L'adversari al camp, espècie tan identificable amb un Alter codificat (una selecció futbolística), permet una forta transposició simbòlica de l'esdeveniment en termes de conflicte d'identitat.

La retransmissió d'una competició –com per exemple els Jocs Olímpics– és, efectivament, una transposició simbòlica del conflicte polític. Les competicions televisades emmarquen els conflictes i el representen a escala reduïda (Dayan i Katz, 1993: 43).

Les estratègies d'integració i de producció d'un conflicte d'identitat –varietat del gènere del conflicte polític– conviuen i es reforcen recíprocament. Gràcies a la possibilitat d'innombrables revenges, el conflicte no perd intensitat pel fet d'ésser circumscrit en l'espai i en el temps, d'estar sotmès a regles i de poder ser teòricament prolongable fins a l'infinit. Ans al contrari, la miniaturització

mediàtica del conflicte polític produeix una condensació emotiva al voltant de l'esdeveniment (els preparatius abans del partit, la recerca d'un gaudiment de grup que assoleixi el llindar de l'ansia) i n'afavoreix una elaboració que pot valer-se de múltiples registres, des de l'al·legoria bèl·lica fins a la ironia. La posada en escena és la conquesta d'un regne provisional, tant més entusiasmant com menys probable es consideri. Amb la finalitat de la construcció televisiva dels enfrontaments passats, aquestes dinàmiques de fusió poden arribar a la invenció de la tradició (Hobsbawm i Ranger, 1983). Un partit pot ser, a més, inserit en un cicle narratiu autònom, el leitmotiv del qual és el desafiament d'aquest o aquell rival històric.

Del que s'ha dit fins aquí, resulta clar que l'esdeveniment construït-narrat pel mitjà televisiu és el producte –més o menys sofisticat, segons les intencions i la capacitat del productor– d'una veritable i autèntica enginyeria simbòlica. Aquesta se serveix de materials preexistents, de latències culturals a les quals la dimensió de prejudici o de l'estereotip no els és estranya, però transforma aquest material inert en una matèria incandescent, en una barreja psicològica preparada per explotar al contacte amb la pragmàtica de l'esdeveniment, activant dinàmiques d'evocació, reclam, suggestió i reforç. Podriem afegir-ne fins i tot d'altres i referir-nos a una distinció crucial que neix d'una distinció clàssica d'Emile Durkheim: la que fa entre l'aparell simbòlic i l'imaginari social.

L'imaginari social, en aquesta clau de lectura, constitueix una mena de dipòsit il·limitat de la memòria i de les emocions col·lectives. Aquest està regit per un principi de representació que opera a nivell difús (per això és una autèntica representació social), però respon a les mateixes dinàmiques oníriques individuals descrites per Freud. En l'imaginari social, com en el somni, projectem desitjos reprimits, elaborem processos de substitució, disfressem trameses metafòriques i al·legories, necessitats i expectatives socialment inacceptables. Gràcies a l'imaginari aconseguim alentir la coerció del principi de realitat i experimentar una forma controlada i (gairebé sempre) innòcua de retorn al principi freudià del plaer.

L'aparell simbòlic és, en canvi, un producte d'estratègies de manipulació en gran mesura conscient. En aquest sentit és una construcció social que implica i incorpora una dimensió política essencial, perquè deriva per definició de lògiques de control i de poder. A diferència de l'imaginari, que es nodreix de pràctiques i de creences efectives que no tenen cap necessitat de ser dissimulades o reelaborades, perquè són àmpliament compartides a nivell col·lectiu, com en el cas de l'estereotip ètnic.

La taula 2 recull i resumeix els elements fonamentals d'aquesta

anàlisi.

Taula 2. Aparell simbòlic i imaginari social

<i>Aparell simbòlic</i>	<i>Imaginari social</i>
És una <i>construcció</i> social.	És una <i>representació</i> social.
Fa referència a les pràctiques i creences efectives.	Assumeix el paradigma freudià de la representació <i>onírica</i> (desig reprimat, substitució, dissimulació).
La societat s'entén com a <i>comunitat simbòlica</i> (Durkheim).	Alenteix la coerció del principi de realitat.
Pot associar-se a l'idea de <i>sistema social</i> i <i>móns vitals</i> (Habermas; acció estratègica /acció comunicativa).	
El simbolisme social és inseparable de la <i>comunicació</i> .	

És l'acció de l'aparell simbòlic, doncs, el que fa possible la divisió de Durkheim entre societat i comunitat simbòlica, i fins i tot les reelaboracions en clau etnohistòrica que se'n deriven, com per exemple el treball, molt útil per al perfeccionament del nostre model, que B. Anderson (1996) dedica a les comunitats imaginades⁴.

Sempre en l'esfera de la gestió simbòlica és possible, segons J. Habermas (1986), la distinció entre acció estratègica i acció comunicativa. Aquesta distinció, com és sabut, funda una teoria de l'acció comunicativa que no es presenta com a metateoria, sinó com el punt de sortida d'una teoria general de la societat que pretén posar a prova els propis pressupòsits crítics. És en l'acció comunicativa que la raó, entesa com a nucli en el qual convergeixen i interactuen acció social, llengua, normes i valors, pot superar el

4. Ocupant-se, per exemple de la gènesi social de l'idea de nació, Anderson escriu: (la nació és) una comunitat imaginada, i imaginada com a intrínsecament junta, limitada i sobirana. És imaginada pel fet que els habitants de la nació més petita no coneixeran mai la majoria dels seus compatriotes, ni se'ls trobaran, ni en sentiran mai a parlar i, tot i així, en la ment de cadascun d'ells viu la imatge del seu ser comunitat. (pàg. 25)

Com per a Durkheim, l'imaginari es condensa en un potent procés d'identitat que evidentment satisfà necessitats latents a través de l'obra d'un aparell simbòlic. L'obra de les esglésies, universitats i moviments polítics en la construcció política de les identitats nacionals modernes és un exemple d'aparell simbòlic en acció. Encara poc estudiat, però potencialment de gran interès, és el paper de la producció d'una èpica esportiva en l'època de les nacionalitzacions a Europa (Porro, 1995).

reduccionisme científic i mostrar-se en la seva dimensió social.

En un cas (Durkheim, Anderson), doncs, la societat és reconduïda a la comunitat simbòlica. En l'altre (Habermas), aquesta tendeix a dissoldre's en la comunicació. Aquestes posicions es poden aprofundir i confrontar amb les nombroses objeccions crítiques de què han estat objecte. En aquestes línies, sense voler anular la recerca sociològica en la "metafísica de la comunicació" o en el funcionalisme simbòlic, només podem constatar que és impossible prescindir de l'anàlisi dels aparells mediàtics i del simbolisme per a una recerca que s'ocupa de la producció de significat que els públics atribueixen a un gran esdeveniment televisiu. Aquesta indaga, de fet, un espai social que definim com a arena poiticomediàtica. En la nostra recerca en particular, el model teòric adoptat reconduïx els quatre paradigmes principals suggerits en la literatura i que fan referència als estudis clàssics de Durkheim, Merriam, Lasswell i Edelman. Per raons d'espai resumim en la taula 3 les principals funcions que aquest autors atribueixen als símbols polítics.

Taula 3. Les funcions simbòliques en la literatura sociològica

Durkheim	Les representacions col·lectives simbolitzen, redefeixen i perpetuen la societat (per exemple la bandera nacional). Prevalen les funcions integratives (mites de fundació, consens moral).
Merriam	Preval la funció de lluita política. Visió i creença.
Lasswell	Preval la funció de lluita política. El lloc social del simbolisme és el conflicte entre elits en situacions crítiques.
Edelman	Cada funció simbòlica s'estructura en una relació a tres bandes entre elits i massa (preferentment expressiva) i entre elit i grups organitzats (preferentment instrumental).

4. Del desencís al contracte

Es diu que l'edat contemporània ha posat fi a les "grans narracions" lligades al cicle històric de la comunitat, a l'èpica de l'estat-nació i a les nostàlgies carismàtiques, afavorint amb el desencís, una representació del món de tipus enterament

racional-instrumental. Una anàlisi així de peremptòria no explica tanmateix com fenòmens socials de masses, com ara la participació als esdeveniments de l'esport-espectacle, conserven i reproduïxen en el temps la necessitat d'epopeia, alimenten mitologies inèdites i afavoreixen processos d'identificació a molts nivells (de la passió per l'equip del cor fins a la brand loyalty en els enfrontaments d'una escuderia automobilística), condensant-se en el sentiment de pertinença a una comunitat imaginària: la pàtria esportiva.

La nostra recerca, en la part empíricodescriptiva ha tret a la llum la persistència i la força d'aquest sentiment, en una fase historicopolítica molt significativa. De fet, és la primavera-estiu del 96, quan tots els països europeus –i Itàlia amb especial urgència i dramatisme– són cridats a fer importants sacrificis per garantir l'èxit de la integració monetària europea i la participació en aquesta de les comunitats nacionals respectives. Al cap i a la fi, en relació no casual amb aquest imperatiu, que imposen als contribuents esforços financers no gens insignificants, emergeix amb més força i radicalisme el desafiament secessionista d'un moviment polític localista, la Lega Nord, que es considera intèrpret de la revolta fiscal de la classe mitjana productiva de les regions més riques del país contra l'estat centralista. A un desafiament exogen de caire supranacional –la integració europea–, s'hi afegeix així un desafiament endogen fonamentat en una reivindicació d'autonomia politicoadministrativa sense precedents en la història unitària d'un país com Itàlia, que ja coneix la divisió significativa econòmica i social entre el Nord pròsper i “centreuropèu” i el Sud deprimat i “mediterrani”, però que mai no ha estat dividit per conflictes d'ordre religiós, ètnic o lingüístic.

Les dades de la recerca amb qüestionari (Porro, 1997), així com l'examen qualitatiu dels missatges del “poble d'Internet” deixats a l'adreça de la Rai creada pels Europeus de futbol, demostren com la retransmissió televisiva d'un esdeveniment d'esport-espectacle contribueix a alimentar un procés d'identificació en el llindar de la fusió entre els ciutadans-espectadors i la representació nacional. És més: de les respostes dels entrevistats a la pregunta sobre la intensitat de l'orgull nacional s'observa que, fins i tot, en les regions més interessades en la propaganda secessionista de la Lega es manifesta un sentiment més fort de pertinença i una identificació més oberta i apassionada amb els resultats de la selecció nacional. Concretament, el partit contra Alemanya del 19 de juny –que va acabar amb un empat sense glòria– es carrega d'un significat politicocultural molt marcat, tan per la memòria històrica dels grans enfrontaments del passat entre les dues seleccions (memorables són

la del juny del 1970 en els Mundials de Mèxic i la del juliol del 1982 a Madrid, que van coronar els blaus campions del món), com per l'actualitat. Als jugadors italians se'ls confia una missió simbòlica: venjar sobre el terreny de joc l'hostilitat de les autoritats polítiques (i sobre tot financeres) alemanyes sobre l'ingrés d'Itàlia en el futur mercat monetari unificat, que evidentment es considerat l'únic lloc vàlid on de debò s'hauria d'exercitar a ple títol i amb igual dignitat la ciutadania europea.

Dissenyant la trajectòria de la història seqüencial esdevé més fàcil recollir els significats latents i les funcions manifestes presents en cadascun dels partits internacionals. Particularment important resulta doncs la reconstrucció mitjançant el material imprès i el recollit en els arxius televisius de com han estat emmarcats i interpretats els enfrontaments italoalemanys més importants i dramàtics dels últims vint-i-cinc anys. La semifinal pirotècnica de Ciutat de Mèxic el 1970 és un exemple de llibre del ritus col·lectiu d'alliberació del sortilegi. Després de guanyar Alemanya en el temps suplementari amb una increïble seqüència d'impacte d'escena, la nació italiana conquereix després de trenta-dos anys el dret de disputar una final mundial. Es trenca així un encanteri lligat a forts records col·lectius, el més dramàtic dels quals és, sens dubte, el desastre aeri en què perderen la vida el 1949 gairebé tots els jugadors italians candidats a defensar l'any següent al Brasil, en la primera edició postbèlica dels Mundials, el títol conquerit a París el 1938. Molt més explícit és el significat metafòric que la premsa i l'opinió pública confereixen a l'èxit del 82 a Madrid, quan Itàlia elimina Alemanya per 3-1, adjudicant-se per tercera vegada el títol mundial. Una victòria que assumeix el significat d'un ritus de pas, desencadenant una mobilització espontània que s'ha definit com la manifestació popular més gran no dirigida des de fora de la història nacional postbèlica. El leitmotiv de la tematització és en aquest cas de caire merament polític. L'apoteosi en terra espanyola al·legoritzava la sortida dels negres anys setanta, dominats per la recessió econòmica i per l'espiral de terrorisme que havia banyat de sang el país (les últimes "cuallades" d'aquella estació van ser l'assassinat d'Aldo Moro el 1978 i l'estrall de l'estació de Bolonya el 1980). L'efervescent presència a la final madrilenya del president de la República italiana, Sandro Pertini, líder de la resistència antifeixista i guia moral de la "Nova resistència" al terrorisme, va adquirir un significat molt més ampli de l'atribuïble al protocol o a les raons de la política d'imatge.

En ambdós casos, l'èxit esportiu –assolit contra l'Alter identitari alemany– corona i confirma una dinàmica alliberadora i reproduceix

en el temps l'esquema seqüencial o cicle narratiu del desafiament. L'script de la competició es transforma en el de la conquesta i li confereix un significat col·lectiu intrinsec.

Aquesta autèntica producció de significat treu a la llum el complex mecanisme subjacent que regula les relacions entre els tres agents diferents que intervenen en el circuit de la narració-construcció de l'esdeveniment: (i) els públics televidents (la recerca amb qüestionari demostra que la categoria genèrica de públic s'ha de descompondre en subsistemes governats per lògiques simbòliques diferents); (ii) els organitzadors de l'esdeveniment i (iii) el sistema tecnicoprofessional que el produeix (la "màquina" televisiva). Entre aquests agents s'institueix un contracte implícit, que cal reconstruir analíticament.

Cal aclarir que per organitzadors no entenem només, ni primerament, els responsables executius de la manifestació (el comitè organitzador local o les autoritats esportives institucionals). Ens referim més aviat de manera extensiva a tots aquells que organitzen el significat esportiu, polític i simbòlic de l'esdeveniment: els periodistes, els membres de les federacions o els diaris encarregats de les relacions externes, que donen forma a l'esdeveniment i que li confereixen historicitat. Són aquests els qui configuren les manifestacions de manera operativa, traçant-ne les coordenades espacials-temporals concretes dins d'una geografia simbòlica precisa.

Igualment, quan parlem de productors de l'esdeveniment ens referim de manera específica a l'estructura que precedeix a la construcció narrativa mitjançant l'elaboració de la programació radiofònica, televisiva o la definició d'una forma de dirigir, o bé a l'adopció de tecnologies i de llenguatges concebuts i adaptats per proposar una peculiar forma d'exposició. També l'obertura d'una adreça d'Internet destinada a activar un circuit de comunicació directe entre gran públic, producció i equips operants a Anglaterra (l'equip òbviament, però també el càsting de tècnics i de periodistes acreditats al voltant del torneig), s'inclou en una estratègia productiva que tendeix a explotar tots els recursos de la tecnologia per multiplicar oportunitats i codis de comunicació. Una part significativa de la recerca és l'anàlisi de contingut dels missatges d'Internet i de les pàgines web proposades per la Rai.

Els organitzadors han d'inventar el producte-esdeveniment sense trencar-ne la continuïtat simbòlica amb el passat. Els productors han de conferir forma, visibilitat i llenguatge a aquesta recerca de sentit. Així els productors –i sobretot els periodistes televisius– han de compondre una trama narrativa que reproduïxi i combini

elements transferits de la tradició, tematitzats i jerarquitats pels organitzadors i desitjables per al públic. En el cas d'un gran esdeveniment esportiu, és força freqüent, com ja s'ha indicat, l'adopció d'un paradigma que integra el motiu de la competició amb el de la conquesta o el de la coronació. L'èmfasi atribuïda als cerimonials (obertura, repartiment de premis, execució d'himnes, etc.) no és, en aquesta perspectiva, una simple exigència escenogràfica o una simple praxi protocolària. Es tracta, per contra, d'una estratègia narrativa intencional, que associa motius i llenguatges, que combinant-se i contaminant-se, són capaços de donar vida a una història nova, imprevisible, com el final d'un thriller, i alhora tranquil·litzant en el desenvolupament, com una litúrgia religiosa.

Tampoc els públics desenvolupen una funció exclusivament passiva. Hi ha un públic al camp, que representa un component no secundari del marc escènic de l'esdeveniment, però que també pot intervenir en temps real, interaccionant amb la pragmàtica del partit. I hi ha un públic domèstic, més ampli, de telespectadors, involucrats en una mena de participació a distància en el gran joc competitiu. Pot expressar previsions, expectatives i valoracions del rendiment mitjançant sondeigs telefònics i telemàtics. Pot premiar o castigar la producció amb els seus índexs d'audiència. Pot mobilitzar-se sota l'ona d'un entusiasme col·lectiu després d'un partit victoriós, abocant-se al carrer o cridant des dels balcons de les cases.

Mitjançant el contracte implícit, en definitiva, els organitzadors tracen els elements essencials de la trama que els productors poden utilitzar, combinant els elements narratius i els materials, retrobables en l'imaginari col·lectiu, a la seva disposició. Els públics, per la seva part, interactuen amb l'esdeveniment conferint un gir particular a l'espectacle⁵.

5. Un exemple hipotètic: un desafiament futbolístic clàssic entre dues seleccions prestigioses pot ser tematitzat pels organitzadors com a esdeveniment centrat en les categories de tradició, respecte mutu i predominí de l'enfrontament tecnicoespectacular. Els productors televisius poden sintonitzar amb aquesta configuració de l'esdeveniment, pot ser, adoptant les tècniques més sofisticades de filmació i mobilitzant comentaristes capaços d'abraçar diversos nivells d'atenció (el comentarista en sí mateix i el "cronista" que subratlla i comenta els continguts tecnicotàctics en favor d'un públic relativament especialitzat). El públic en el camp pot afegir a aquest valor narratiu, l'elaboració de l'esdeveniment com un gran happening espectacular en el qual el més important és ser-hi. Però també es poden torbar els elements essencials de la trama amb comportaments que cap forma de dirigir no pot programar. Xiular fort l'himne de l'equip convidat abans del partit és un cas eloqüent de trencament del gentlemen's agreement proposat per organitzadors i productors, transformant un cerimonial pacífic en una declaració de guerra simbòlica. El mateix públic a casa pot alimentar la dramatització de l'esdeveniment, guarnint les finestres

Cada crònica esportiva és, al cap i a la fi, el resultat d'una negociació subjacent que no admet improvisació ni desplaçaments de rols (Alverson i Berg, 1992). Els públics no accepten, per exemple, els trencaments de continuïtat en les pràctiques cerimonials consagrades a l'hàbit. De la mateixa manera, en els moments més emocionants del partit –com demostra l'anàlisi de contingut de les retransmissions televisades– s'eviten rigorosament els comentaris tècnics massa especialitzats. Aquests, de fet, podrien trencar el circuit psicològic ànsia-por-desig en què els espectadors es troben immersos i semblarien "irreverents" per la seva racionalitat freda respecte de la dimensió màgica que ha suscitat l'emoció. En la distribució de papers prevista en el contracte implícit, els productors no poden entrar en conflicte amb la lògica dels organitzadors i les expectatives del públic. Els organitzadors, per la seva banda, han de consentir als productors àmplis marges de tractament i elaboració de l'esdeveniment, sobretot en consideració als imperatius del negoci (esponsorització, publicitat) que condicionen l'oferta televisiva⁶.

Concentrant-se doncs en el paper específic de la producció televisiva, sembla clar que aquesta (i) fa que l'esdeveniment sigui irreconegut dins d'un sistema de regles constitutives; (ii) en suggereix una interpretació acceptable pels públics (i així previsiblement no dissonant amb els sistemes de valors difusos del "sentit comú"); i (iii) en defineix els límits simbòlics en els quals l'esdeveniment és tematitzat, narrat o pròpiament construït.

La producció televisiva tendeix, en definitiva, a reconèixer l'esdeveniment en un eix de coordenades constants que en

amb banderes nacionals i creant un buit social hermètic al voltant del temps sagrat del partit.

6. L'ús polític que els règims dictatorials han fet i fan de l'esport d'elit s'ha fonamentat, en canvi, en l'intent sistemàtic d'anul·lar el paper del productors; o més aviat de reconduir-lo cap al d'organitzadors polítics de les manifestacions. L'esport del règim d'entreguerres ha sigut un ingredient fonamental d'estetització de la política descrita per Walter Benjamin (1968). Com a tal, ha actuat com a potent complement d'una estratègia comunicativa i propagandística d'inspiració carismàtica, basada en la relació plebiscitària, personal i directa entre el líder i les masses. La ràdio, per les seves característiques tècniques (ésser "pura veu") i per la seva millor governabilitat pràctica, ha sigut l'instrument principal d'aquesta versió autoritària del "discurs públic" contemporani. El seu radi d'acció és obviament "local", interessant un públic nacional que, mitjançant l'excitació del sentiment i de l'emoció, és empenyat a identificar-se amb la nació com a comunitat imaginada. No és casual que la retransmissió radiofònica directa hagi sigut experimentada a gran escala per primera vegada pels Mundials de futbol de 1934 a Itàlia, quan es muntaven grups d'oients en els quals el contagi emocional induït per l'esdeveniment té maneres de manifestar-se visiblement, en construccions d'un sentiment patriòtic que necessita encarnar-se en comunitat tangiblement perceptible.

consenten una direcció escènica experimentada. En l'àmbit esportiu, la imprevisibilitat del desenvolupament del partit i del seu resultat es reconduïx així a la previsibilitat dels temps i dels criteris tècnics de conducció, donant vida al cercle virtuós de la narració (gestionable al màxim, context tranquil·litzant, possibilitat d'infinites èxits diferents). L'aspecte que surt del marc pot ser objectivament "no reconegut" per l'aparell productiu i, per tant, també inintencionadament eliminat. Una altra cosa és, òbviament, la selecció intencional de l'esdeveniment, el qual determina un tractament gràcies a les tècniques de muntatge. L'episodi del repartiment de medalles a Carlos i a Smith en els Jocs Olímpics de Ciutat de Mèxic el 1968, per exemple, es podia construir a partir de la estrepitosa performance tècnica dels dos velocistes de color o centrar-se en l'episodi del punys tancats amb guants negres que convulsés el ritual de la coronació, afavorint la irrupció de la política de protesta en detriment de la prestació esportiva. Així mateix, Gebauer (1994) ha documentat com l'empresa de l'aleshores nedadora de catorze anys alemanya Franziska van Almsieck en els Jocs Olímpics de Barcelona 1992 va ser "comentada-elaborada" per les xarxes televisives alemanyes des de com a mínim, tres angles principals: el de la prestació competitiva de l'enfant prodige, el del simbolisme polític (la jove atleta com a emblema de l'Alemanya reunificada) i l'esteticopublicitari, basat en les gràcies de l'atleta i l'aprofitament comercial.

5. A la recerca del Centre

En l'interior del contracte implícit que es fa entre organitzadors, productors i públic es defineix una estratègia de broadcasting que presenta assonàncies destacades en la comunicació política. Els significats i els missatges que la producció televisiva atribueix a l'esdeveniment són el producte final d'una operació força complexa, que posa en escena sintaxi i semàntica de la narració. Aquests es revelen al públic només progressivament, a mesura que la crònica s'acosta al foc escènic, que coincideix amb el "centre" sagrat de l'antiga representació tràgica. Un element essencial d'aquesta estratègia és la construcció d'una organització de la programació centrada en l'esdeveniment. Gairebé sempre, a l'esdeveniment retransmès per televisió, el precedeixen programes d'entreteniment i retransmissions no necessàriament ni preferentment de contingut esportiu, que acompleixen la missió d'augmentar l'espera del públic. De manera anàloga, després del partit, els programes d'aprofundiment, més especialitzats, assumeixen les funcions de racionalitzar la història a què s'ha assistit, depurant-la de les

components emocionals més intensos, reconduint-la a la reflexió –en què adquirirà importància el parer dels experts– i consignant-la així en la història seqüencial en què entra a formar part.

La irrupció de la “retransmissió en directe”, sovint anunciada amb una mena de solemnitat cerimonial, simula per contra una autèntica “suspensió de la quotidianitat”, condicionant en els espectadors la percepció d'un temps sagrat. De sobte, desapareixen de la pantalla cantants i presentadors, velles glòries i ballarines. Tots som màgicament projectats a una distància que pot no ser espacialment rellevant, però que és simbòlicament abismal respecte de la rutina quotidiana. L'estadi ple de banderes i pancartes, ple de públic excitat i l'atmosfera d'eufòria produïda per la imminència del partit són els llocs i el centre sagrat narratiu en què el transcórrer ordinari i banal del temps s'atura. Sense adonar-se'n, el públic televident pateix una metamorfosi de rols que el transforma d'espectador col·lectiu a testimoni. Fent analogia amb els misteris medievals, el fervor neix d'una necessitat de reconeixement a través de la fe i de consentir l'ingrés al “centre” sagrat. Reflexionant sobre els Jocs Olímpics, MacAloon (1984) sosté que el gran esdeveniment esportiu se situa a mig camí entre el paradigma cinematogràfic, en què el públic es compon només d'espectadors, i el de la festa, en què no hi ha espectadors que no siguin participants. Sobre això, també Dayan i Katz (1992: 159) escriuen: ...l'espectador de MacAloon és (1) involucrat menys intensament, (2) de manera més restringida, (3) en un paper (d'observador) diferent al del participant “festiu” ... L'abast de la involucració es pot definir com el nombre de rols diferents amb què els participants s'uneixen en l'esdeveniment. Aquestes dimensions s'apliquen tant a l'experiència del “no ser allà”, com a la del “ser-hi”.

La festa presenta, en definitiva, un centre dilatat de participació física d'un públic que és també “executor” de l'esdeveniment. El públic actor pot elaborar una gamma amplíssima de respostes escèniques, i fa una interacció total que esdevé possible per la coincidència de rols entre espectadors i “productors” de l'esdeveniment. La manifestació esportiva narrada per la televisió condensa, en canvi, l'atenció en un centre restringit i espacialment definit (el camp, l'estadi), en què es desenvolupa l'acció. Això és vàlid per als jocs d'equip i per a les altres especialitats que es desenvolupen en un perímetre espacial precís (una piscina, un camp de tennis, etc.) Igualment interessant és, però, el cas d'especialitats amb “centre mòbil”, des de les curses ciclistes per carretera fins a la marató, passant pels ral·lis automobilístics i les curses per etapes en general. Aquesta distinció afecta la forma de gaudiment de

l'esdeveniment esportiu per part dels públics segons quatre tipologies descrites per MacAloon: (i) mitjançant l'espectacle com a "esdeveniment-total" que combina protagonistes "alts" i humils definint un centre ordinador; (ii) com a festa que produeix una immersió total que el "centre" no dirigeix; (iii) a través d'un ritual que evoca la continuïtat dels rols adscrits i la ciclicitat dels esdeveniments que se "suspelen en el temps" i (iv) per mitjà del joc, com a competició que implica fatiga, perseverança, sort i desig de vèncer.

L'esdeveniment d'esport-espectacle evoca sempre, si més no, una instància cerimonial (pensem per analogia en un matrimoni entre dinasties, en el nomenament d'un pontífex o en el funeral d'una personalitat), caracteritzada precisament per un centre definit –el lloc on es desenvolupa l'esdeveniment sùmmum–, per una rigorosa separació de rols entre públic i celebrants, per respostes altament estandarditzades i per una relativa interacció entre els diversos actors en escena. El públic televident –ahora espectadors d'un partit de futbol i testimonis d'un esdeveniment a la seva manera solemne i irrepètible– disposa de poques possibilitats de resposta a l'acció escènica i també d'escasses oportunitats d'interacció malgrat el recurs cada vegada més freqüent a tècniques de direcció que preveuen connexions amb observadors privilegiats, grups d'espectadors i similars. L'estudi de l'experiment de comunicació via Internet que hem portat a terme intenta recollir, en aquesta perspectiva, una modalitat emergent d'involveració del públic televident (la supportership dels mediàtica⁷).

7. El futbol-espectacle ha produït, tanmateix, en els últims decennis una figura relativament inèdita, oblidada en les anàlisis que MacAloon dedica als telespectadors del Jocs Olímpics i en les mateixes reflexions de Dayan i Katz sobre la participació dels mitjans en els grans esdeveniments cerimonials. És la que té en compte el públic expressiu, el qual utilitza l'estadi i l'esdeveniment agonistic, sobretot, per a una exhibició escenogràfica en què transfereix necessitats implícites de visibilitat, luciditat i mimetisme. Aquest públic manifesta una certa capacitat de desplaçar, dilatant-lo, el centre de l'esdeveniment, fent visible un procés d'aproximació progressiva al model de la festa. La festa constitueix, d'altra banda, com s'ha indicat, un possible èxit de l'espectacle televisiu. Una victòria apassionant de l'equip propi desencadena comportaments col·lectius de tipus expressiu, com ara l'acció dels seguidors que en fan una festa, però també, en qualsevol cas, cerimonial, ja que tendeixen a repetir-se itineraris, llocs de trobada i manifestacions sonores i gestuals (el clàxon, el desplegament de banderes). En alguns casos és fins i tot possible definir embrions de ritualismes: folrar un monument amb banderes, capbussar-se en l'aigua d'una determinada font al centre de la ciutat, vestir l'estàtua d'alguna glòria austera de la ciutat amb la samarreta dels colors de l'equip guanyador, etc. Cal subratllar com aquestes manifestacions de "ritus informals" tendeixen a afavorir un llenguatge expressiu pròpiament televisiu, el qual, per la seva banda, conté traços sorprenents de

En la crònica televisiva, el públic es reunifica de manera ideal, mentre es diferencien –i això és especialment vàlid per al desenvolupament recent de la producció– el rols dels operadors. Hi ha un “pont de comandament” a distància de l'esdeveniment (l'estudi); hi ha cronistes mobilitzats a les tribunes, als costats del camp i a prop dels vestidors, la mateixa telecrònica utilitza comentadors diferents (el narrador, el tècnic o l'expert). Però aquesta construcció de l'esdeveniment, sovint altament sofisticada, indueix gairebé sempre un efecte de contagi que es fa ja visible en la seqüència dels esdeveniments menors que precedeixen i preparen el partit: coreografies espectaculars al camp, entrada dels equips, lectura de les alineacions corejades per les ovacions dels seguidors o execució dels himnes nacionals⁸. L'efecte contagi és l'ingredient essencial d'una festa possible, que podrà associar-se a l'èxit de l'equip, compensant el telespectador per la llunyania i consentint-li crear, per la seva part, esdeveniments expressius i cerimonials alhora. La producció televisiva, en definitiva, *rescabala* l'espectador de la seva distància a l'esdeveniment, oferint-li un lloc alternatiu a aquell en què es desenvolupa materialment l'acció escènica del partit. Aquest lloc immaterial és la mateixa televisió, amb les seves infinites potencialitats tècniques, que permeten a l'espectador de

dialectes subculturals heterogenis. Una onada improvisada a l'estadi té sentit com a intermedi espectacular en què es manifesta la necessitat de visibilitat d'un públic sabedor de la mirada de la càmera, com també dels ritmes imposats per la direcció. Eslògan, cançons, himnes entonats pels seguidors en glòria del propis herois o en escarni dels adversaris són la majoria de vegades modulats pels ritmes de la publicitat comercial televisiva. En aquesta clau semiseriosa es fan possible, tanmateix, contaminacions de gèneres impensables, com l'evocació rítmica o l'adopció de símbols adoptats de codis comunicatius de l'extremisme polític.

No és tant obvi, doncs, que la televisió suprimeixi la festa com a ocasió de participació directa i interacció de masses. Certament, més enllà de la comoditat material oferida pel gaudiment domèstic, evita la divisió i jeraquitització del públic que a l'estadi és l'efecte de la major o menor distància al centre, la qual es relaciona a la capacitat adquisitiva de l'espectador en la selecció dels llocs (corba, tribuna, grades) i, per tant, indirectament, a la condició social. A més, la direcció televisiva unifica trames disperses i, d'aquesta manera, contribueix a crear al voltant de l'esdeveniment l'aura descrita per Benjamin.

8. La execució de l'himne nacional és el moment que produeix el màxim contagi emocional en els espectadors. Els Europeus d'Anglaterra han experimentat una innovació adoptada dels cerimonials USA, que contribueix a espectacularitzar i emfasitzar el ritual pre-partit. A cantants destacats dels diversos països participants, se'ls va encarregar la tasca d'acompanyar vocalment l'execució de l'himne sol·licitant la participació cantora dels seguidors i dels mateixos jugadors. La polèmica aixecada pel líder nacionalista francès Le Pen sobre l'escassa participació dels jugadors en l'execució de la Marsellesa – grollerament reconduïda a qüestions d'ascendència ètnica de la “legió estrangera” – és en darrer terme indicativa d'una possible tematització del cerimonial esportiu en clau politicsimbòlica.

casa gaudir d'imatges inaccessibles al públic a la vora del camp. Pensem en les preses aèries, en la utilització recent del "gran angular" que permet una visió panoràmica global de l'estadi, en el recurs simultani a dinou càmeres en el camp experimentat per les cadenes britàniques pels Europeus, en la possibilitat (reservada a les cadenes nacionals més potents i equipades) de personalitzar les preses amb la posada en marxa d'unitats independents de la direcció central o en la invasió de les *steadycam*, que segueixen els protagonistes i els seus desplaçaments fins al llinard del que és lícit (generalment coincidint amb els vapors d'una dutxa que fan al·lusió concreta al total i definitiu "despullament" del personatge seguit).

Al marge de l'esdeveniment en si, es proposa una vasta gamma de moments complementaris (intervencions, debats, documentals, curiositats, acudits humorístics i, fins i tot, paròdies) que semblen suggerir possibilitats variades de gaudiment de l'esdeveniment. Resumint, la producció televisiva orienta de forma massificada la interpretació del fet esportiu, retallant i repropoant episodis de joc, ressaltant situacions i personatges i focalitzant els contextos marginals de l'espectacle. Aquesta proliferació de construccions narratives, aparentment accessòries respecte de l'esdeveniment agonístic en si, confirma el caràcter rigorosament additiu de la producció del text: el partit gravat en directe no admet talls, cesures o sostraccions a la trama narrativa. Aquests serien possibles, en canvi, en seus de muntatge, quan –amb mètodes de derivació cinematogràfica– es predisposessin formats adaptats a breus síntesis, a retransmissions condensades o a anàlisis especialitzades conduïdes per la moviola. És sobretot en els serveis a distància que cadenes i programes tendeixen a diferenciar-se i a fer-se identificables. En la lògica de l'infotainment (informació + entreteniment), aquestes transmissions produeixen en seqüència una acció de descontextualització i de recontextualització de la vivència.

D'una banda, doncs, concorren a crear l'espai festiu a cavall entre informació autèntica i entreteniment. Prolifera anècdotes relatives a la vigília del partit, indiscrecions sobre la formació, incursions fingides en els llocs on es posen a punt pretàctica i tàctica i flashes sobre vivències personals que afecten els protagonistes. D'altra banda, l'esdeveniment tendeix a ser poc a poc estructurat dins la categoria de l'espera que anul·la la realitat, removent paradoxalment la crònica quotidiana. És la producció del temps sagrat o el període liminar descrit per Victor Turner (1969). En aquesta producció de l'espera es desenvolupa un fort sentiment de comunitat simbòlica: creix el Nosaltres com a categoria social imaginària, alimentada per una ànsia i una esperança que es fa comuna i que –tot i ser

construïda en l'esfera de l'audiència televisiva i dels seus recursos tecnològics— no menysprea regressions significatives en la cultura mitomàgica. Entre el seriós i l'amè s'evocuen rituals i cerimònies propiciatòries, testimoniis de presagis i auspicis que, la majoria de vegades, es confien a les lògiques de les supersticions.

Aquesta acció seqüencial de descontextualització i recontextualització és una marxa d'aproximació al centre de l'esdeveniment, i és la conducció televisiva que opera el ritus del pas de la quotidianitat al temps sagrat. El camí invers s'acompleix al final del partit o en alguns passatges programats (òbviament el descans, però excepcionalment també altres moments). El retorn a la normalitat i la fi del temps sagrat impliquen, com ja s'ha indicat, una injecció concentrada de racionalitat. L'esdeveniment viscut en clau emocional és, per dir-ho així, "arxivat", sobretot recurrent a l'autòpsia electrònica. La moviola és el metge forense que, reproposant els passatges crucials del partit, en fa possible el seccionament, en despulla l'anatomia i el priva així de l'aura lligada a l'episodi vist-no vist (el penalt denegat, el fora de joc no assenyalat pels liniers). El temps del partit es condensa en una síntesi de pocs minuts, que representa un producte artificial del muntatge. L'esdeveniment perd la seva sacralitat, és estilitzat i objectivat: compareixen a la pantalla els resultats de tots els partits disputats en la jornada, s'ajornen la classificació de cada volta i la classificació dels golejadors, es donen informacions sobre els èxits del enfrontaments i premis repartits. Les rodes de premsa que segueixen el partit constitueixen en aquest sentit la fase sortint del retorn a la quotidianitat. Els herois no només són desplaçats respecte de l'espai sagrat del camp, sinó obligats a explicar, justificar i polemitzar. L'habilitat màgica del joc o el paper aglutinador del tècnic-estratega-deus ex machina són privats de l'encanteri. Confusos en la multitud, sovint cansats i fastiguejats, no poques vegades mancats d'eloqüència, destorbats per algun focus als ulls i obligats a moure's en una selva de micròfons, els herois són degradats a éssers fal·libles, que invoquen la comprensió voluble de nosaltres mortals.

L'esdeveniment és així bruscament racionalitzat, minvant la tensió i gairebé organitzant l'oblit i el retorn a la quotidianitat. Per acompanyar sensorialment aquesta dinàmica arriben dels carrers els sorolls del trànsit que es reprèn. És el moment en què tornen a sonar els telèfons. Es pot servir el sopar.

Ara bé: si l'esdeveniment reuneix la intensitat emocional connectada a la victòria, si es produeix entusiasme-contagi, el retorn a la quotidianitat és aplaçat o segueix altres camins. La televisió es retira del seu paper o, fins i tot, el nega intencionadament: informar

sobre el fet que en les ciutats principals milers de persones s'aboquen als carrers –passant de l'espectacle a la festa, és a dir, transformant el públic en productor col·lectiu de l'esdeveniment– representa una clara invitació a associar-se al contagi eufòric (a costa d'abaixar l'audiència de la transmissió dedicada al post-partit...).

Breument, com havia intuït Van Gennep (1990), el ritus de pas i ritual propi de l'esdeveniment poden sobreposar-se. La condició ve donada per la presència d'un mitjà ordenador, que “defineix els marges”. En el cas dels grans esdeveniments d'esport-espectacle hi ha, evidentment, la televisió per assumir aquest paper estratègic i, per tant, indirectament per distribuir els papers entre els actors. La televisió produeix el pas del quotidià al temps sagrat, de la localització abstracta de l'esdeveniment al centre espacial sagrat. Més tard es reconduïx a la rutina, cancel·lant l'espai i el temps sagrats i restituint la forma humana dels herois.

6. Conclusions

Podem traçar alguns elements concloents que assenyalen el resultat parcial de la recerca i les preguntes que planteja.

La producció televisiva es configura, potser, com l'instrument principal de la construcció social de l'esdeveniment (esportiu o no). Aquesta imposa ritmes narratius adequats a la representació de la vivència, alimenta expectatives i selecciona temes i personatges funcionals d'una estratègia conscient de narració-construcció. La direcció televisiva estableix l'entrada i la sortida del temps sagrat de l'esdeveniment, defineix lliminars i dona vida a autèntics ritus de pas del quotidià a l'extraordinari i a l'invers. Actors individuals i col·lectius reben, principalment de la televisió, l'estatus de protagonistes o en són privats.

Aquesta dinàmica està exposada a importants i arriscades pressions del medi extern. L'última gran crisi internacional generada en la Guerra Freda, per exemple, es va jugar de manera espectacular per les dues superpotències sobre el terreny dels boicots olímpics (Moscou 1980, Los Angeles 1984). Des de Munic 1972 fins a Atlanta 1996, els Jocs Olímpic i altres importants manifestacions d'esport competitiu han estat, fins i tot, sovint en el punt de mira de grups terroristes amb la intenció d'aprofitar –com una forma particular de públic-actor– la capacitat del medi televisiu planetari de conferir estatus simbòlic (encara que fos amb estigma negatiu) als

antagonistes amagats⁹.

Aquesta combinació d'omnipotència i vulnerabilitat situa la producció televisiva en una dimensió que transcendeix la seva capacitat de gestionar l'esdeveniment en clau merament tècnica i professional, i retorna de nou a la irrupció conscient de la política i a la interacció entre diversos sistemes de significat.

L'exigència de produir l'esdeveniment a través d'una obra constant d'adaptació i ajornament dels llenguatges, dels formats i de les modalitats comunicatives situa el sistema televisiu en la cruïlla d'instàncies i estratègies no sempre fàcilment combinables. L'anàlisi dedicada en la nostra recerca a l'espai publicitari dels Europeus'96 (Cannizzo, 1997) treu a la llum la difícil cohabitació dins d'una mateixa estratègia productiva de les raons simbòliques i de les exigències comercials. D'altra banda, la gestió productiva i tècnica concreta d'un esdeveniment espectacle d'altíssima audiència, capaç de desencadenar conflictes entre ofertes diversificades –la irrupció del satèl·lit d'una banda, i de les emissions codificades per una altra, tenen en l'esport la més llaminera de les posades en escena– sol·licita l'experimentació dels llenguatges, formats i, com no, contaminacions de gèneres. Es redefeixen així també els perfils professionals i els repartiments funcionals de comptes entre els operadors televisius: l'esdeveniment construït-narrat es configura com a *do* i reenvia implícitament a l'assumpció d'un rol sacerdotal (Durkheim, 1912). Els espònsors no pretenen configurar-se com a mecenes de la manifestació. En la percepció col·lectiva del públic televident és "l'estructura" impersonal tecnicoperiodística qui assumeix i gestiona les prerrogatives de sacerdot i la custòdia d'un bé col·lectiu. I en el *do* s'amaga una potencialitat didascàlica. La construcció té èxit des del moment en què la definició del temps sagrat i profà o, de centre i perifèria, resulti creïble o "natural". Però aquesta aparent naturalitat i espontaneïtat del pas del, i pel, món de la producció mítica fa intuir l'artificialitat de la representació de la vida quotidiana. Evidència, en definitiva, una necessitat de mite que la *rutina* i la burocratització del

9. Les bombes que van explotar a Manchester durant els Europeus del juny del 96 no en són una excepció. És més, l'esdeveniment deixa entreveure implicacions simbòliques i culturals una mica eclipsades per l'episodi en si mateix, dominat per la representació del dolor, de la sang i del pànic. El comandament terrorista que va actuar a Manchester no volia només colpir el país organitzador, l'enemic per antonomàsia i adquirir així visibilitat propagandística a escala planetària. També volia colpir el joc del futbol com a tal, el football inventat per la cultura britànica amb intencions polítiques i pedagògiques explícites, percebut com a instrument no marginal de la colonització cultural anglesa i del seu pretès universalisme. Un joc imposat, encara que de manera tardana, també als súbdits d'origen cèltic, representant un model antagonístic al potent factor constitutiu de la identitat irlandesa que era el venerable futbol gaèlic.

que es viu sistemàticament comprimeixen i deprimeixen. També la possibilitat per al telespectador de participar de l'esdeveniment com a ritus de comunió és del màxim interès en aquesta prospectiva. El temps del partit, precedit del temps d'espera, esdevé sovint oportunitat de relació social, reactivant xarxes d'amistat i de parentiu atrofiades. La tensió que precedeix l'esdeveniment produeix una forma de solidaritat paradoxalment similar a la suscitada per les grans proves traumàtiques col·lectives (desastres naturals o guerres).

El gran esdeveniment esportiu posa en acció els agents tradicionals de socialització i activa les xarxes institucionals, sovint invisibles, de la societat. L'esfera de l'opinió pública, fins i tot la normalment desinteressada pel fet agonístic en sí, s'involucra en una operació massificada d'agenda setting. L'esdeveniment esportiu irromp des de la primera pàgina dels diaris, conquereix les obertures dels telenotícies i fa desplaçar cites de treball i manifestacions oficials. Indirectament assenyala així un sistema latent de preferències i valors. El desenvolupament de la manifestació "narrat" pels grans mitjans de comunicació suscita judicis i reforça o deprimeix estereotips. També la representació dels "altres" es ressent de la producció de l'imaginari alimentat per l'esdeveniment televisiu. Per a un espectador italià que gairebé mai escolta el futbol, la República Txeca, després dels Europeus d'Anglaterra, és probablement una combinació de repertoris turístics (el Pont Karl i la cervesa Pilsen) i d'evocacions esportives: la d'haver-los "fet fora" dels Europeus i, en definitiva, la petita coratjosa desafiant de la gran Alemanya...

Existeix un ús immediat i instrumental politicodiplomàtic dels esdeveniments esportius, que va de la diplomàcia del tennis-taula als boicots olímpics dels anys vuitanta. L'esport ha nodrit tanmateix la política i les relacions socials en general de potents metàfores fonamentals (Turner, 1974). Els Jocs Olímpics clàssics estilitzaven el conflicte entre el perímetre simbòlic de les ciutats-estat gregues. Els jocs del circ romà, mitjançant l'"espectacularització de la violència" (Veyne, 1973) evidenciaven un sistema complet de relacions socials basades en la complementarietat de poder imperial, esclavitud i grups de pressió reconeguts en les afeccions circenses mobilitzades. El Palio di Sena evoca encara avui una idea de societat civil organitzada i competitiva, en què la plaça dels ciutadans i dels comerciants, abarrotada de passions, esdevé centre simbòlic de la comunitat, desafiant la catedral i el poder eclesiàstic amb la seva solemnitat austera i ritual. També l'esport retransmès i globalitzat contemporani ofereix una representació que pot treure a la llum centres nerviosos polítics i simbòlics invisibles. Potser, doncs, és ja

hora que la construcció narrativa de l'esdeveniment televisiu sigui objecte d'una atenció específica per part de politòlegs i sociòlegs de la comunicació, acceptant anàlisis més actualitzades respecte de les interpretacions canòniques del simbolisme polític, que les fetes d'ençà de Lasswell.

(iv) La construcció televisiva d'un gran esdeveniment representa, en definitiva, un "monument electrònic", destinat a fixar-se en la memòria col·lectiva segons els sistemes i les estratègies de significat elaborats pels productors. La crònica televisiva és qui estableix la memòria del temps transcorregut a partir de l'esdeveniment i n'afavoreix per tant la reelaboració en clau de coronació o fins i tot d'autèntic "canvi d'època". Estilitzant significats i comportaments col·lectius de la cultura social, la televisió que construeix l'esdeveniment condensa el temps, en qualsevol cas suggerint una interpretació del context historicopolític dissonant de la proposada per la historiografia oficial. El mòdul narratiu és, com s'ha dit, complex. Com en les produccions de ficció, separa públic i actors, però pressuposa alhora la presència física al voltant d'un centre sagrat (el camp de joc) d'un públic mobilitzat i militant. L'èmfasi posada al·legòricament sobre el "centre" –en sentit espacial i temporal– consent una representació dramàtica força més afí al model teatral que al de la ficció cinematogràfica. L'ús de les transmissions en directe combina perfectament incertesa, performance dels actors i rols d'un públic (o de diversos públics) diferenciats per funcions. L'esdeveniment és gaudit en un espai privat, a la llar, que es transforma improvisadament en espai públic, lloc de convivència i alhora seu d'un ritus col·lectiu de domesticació de l'ànsia. En qualsevol cas, el mateix espai cerimonial es transfereix així de l'obert al tancat, consentint una miniaturització psicològica i sociològica dels rituals col·lectius.

En l'aparent naturalitat, en definitiva, la representació de l'esdeveniment esportiu, físic per definició, reenvia a una sofisticada elaboració de l'idea del joc competitiu. És producte, per tant, de la civilització, entesa com a regulació, estandardització i invenció de tàctiques i estratègies formulades intel·lectualment. Es tracta d'una operació molt sofisticada. Penz (1995) ha comparat fins i tot les tècniques narratives de la producció d'esport televisat a les del cinema hard core. En ambdós casos la tecnologia fa visible l'invisible, i fa conscientment un mecanisme de sobreexposició del "fet". Es tracta òbviament d'un exemple extrem però que mereix una consideració final. L'espectacle televisiu alimenta estructures de significat dotades de formes i models, que són alhora –en el nostre cas– el producte de la combinació i de la contaminació de dos

sistemes simbòlics, cognitius i tècnics, com l'esport d'alt rendiment i l'aparell televisiu (Cantelon i Gruneau, 1988). No és estrany que la producció no s'accontenti amb proposar la realitat, sino que, per contra, persegueixi aristotèlicament la invenció del verosimil. L'hiperrealitat televisiva té l'obligació de transportar-nos a un món d'imatges i somnis que sigui "més i millor" que la realitat.

Referències bibliogràfiques

- ALVESSON, M., P.O. Berg (1992), *Corporate Culture and Organizational Symbolism*, Berlin, Walter de Gruyter & Co.
- ANDERSON, B. (1983), *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, London, Verso (trad. it. *Comunità immaginate. Origini e diffusione dei nazionalismi*, Roma, Il Manifesto libri, 1996).
- BENJAMIN, W. (1968), *What is Epic Theater?*, a H. Arendt (ed.), *Illuminations*, New York, Harcourt Brace.
- CAILLOIS, R. (1967) *Les jeux et les hommes*, Gallimard, Paris (I ediz. 1958).
- CANNIZZO, D. (1997), *La produzione televisiva dell'evento: mediatizzazione, infotainment e pubblicità*", a Porro, N. (a cura di), *L'Italia in tv agli Europei '96. Il calcio come identità e rappresentazione*, Roma, Rai-Eri, pàg. 147-184.
- CANTELON, H., R.S. Gruneau (1988), *The Production of Sport for Television*, a Harvey, J., H. Cantelon (eds.), *Not Just a Game*, Ottawa, University Press, pàg. 177-193.
- DAYAN, D., E. Katz (1992), *Media Events. The Live Broadcasting of History*, Cambridge Usa, Harvard University Press (trad. it. *Le grandi cerimonie dei media*, Bologna, Baskerville, 1993).
- DURKHEIM, È. (1912), *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris, F. Alcan. Ed. cast.: *Las Formas elementales de la vida religiosa*, Madrid, Alianza Editorial, Col. El Libro de bolsillo, 1615, Humanidades (1993).
- EDELMAN, M. (1988), *Constructing the Political Spectacle*, Chicago and London, The University of Chicago Press (trad. it. *Costruire lo spettacolo politico*, Torino, Nuova Eri 1992).
- GEBAUER, G. (1994), *Le nouveau nationalisme sportif*, a *Actes*, 103, Juin, pàg. 104-107.
- GOLEMAN, D. (1996), *Intelligenza emotiva*, Milano, Rizzoli. Ed. cast. *Inteligencia emocional*, Barcelona, Kairós, 10a ed. Col. Ensayo. (1997)
- HABERMAS, J.(1986), *Teoria dell'agire comunicativo*, Bologna, Il Mulino (2 voll.). Ed. cast.*Teoria de la acción comunicativa*, Madrid, Taurus, 2a reimp. Col. Humanidades, 278-279. (1992).
- HOBSBAWM, E.J., T.O. Ranger (eds.) (1983). *The Invention of Tradition*, Cambridge Usa, Cambridge University Press. Ed. cat. *L'invent de la tradició*. Vic, Eumo. (1988)
- HUIZINGA, J., (1979), *Homo ludens*, Temple Smith, London 1979, ediz. orig. 1938. Ed. cast. *Homo ludens*. Madrid, Alianza. Col. El Libro de bolsillo, 412. Humanidades (1972)

- MACALOON, J. (ed.) (1984), *Rite, Festival, Spectacle, Game*, Chicago, Chicago University Press.
- PENZ, O. (1995), "Ephemeral Sport", in Weiss, O., W. Schulz (eds.), *Sport in Space and Time*, Wien, Universitätsverlag, pàg. 66-76.
- PORRO, N. (1995) *Identità, nazione, cittadinanza. Sport, società e sistema politico nell'Italia contemporanea*, Roma, Seam.
- PORRO, N. (a cura di) (1997), *L'Italia in tv agli Europei '96. Il calcio come identità e rappresentazione*, Roma, Rai-Eri.
- PORRO, N. (1997), *Il patriottismo catodico e come rovesciare la sindrome di Dorian Gray. I risultati della ricerca su questionario*, a Porro, N. (a cura di), *L'Italia in tv...cit.*, pàg. 105-145.
- SHILS, E. (1975), *Center and Periphery: Essays in Microsociology*, Chicago, Chicago University Press .
- TURNER, V. (1969), *The Ritual Process: Structure and Antistructure*, Ithaca, NY, Cornell University Press .
- TURNER, V. (1974), *Dramas, Fields and Metaphors: Symbolic Action in Human Society*, Ithaca, NY, Cornell University Press.
- VAN GENNEP, A. (1909), *The Rites of Passage*, London, Routledge & Kegan Paul.
- VEYNE, P. (1973), *Le Pain et le Cirque*, Paris, Seuil.