

ÍNDEX

Introducció	9
-------------------	---

Fase 1

EL MITE DE L'ÈXIT I L'ESPORT D'ALT RENDIMENT SEGONS LA PERSPECTIVA DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ MASSIUS

El mite de l'èxit	19
L'espectador esportiu i l'evolució històrica de l'esport d'alt rendiment	23
L'esport com a espectacle.....	26
Els mitjans de comunicació més consumits per l'audiència catalana i espanyola.....	33
La televisió i la programació esportiva.....	34
El llenguatge i els mecanismes narratius de la premsa generalista sobre l'èxit i la derrota en l'esport.....	41

Fase 2

L'ÈXIT I L'ESPORT D'ALT RENDIMENT SEGONS LA PERSPECTIVA DELS PROFESSIONALS I ESPORTISTES D'ALT RENDIMENT ADOLESCENTS DEL CAR DE SANT CUGAT DEL VALLÈS

Els mitjans de comunicació i la cobertura de l'esport d'alt rendiment.....	59
La xarxa social com a instrument de comunicació dels esportistes d'alt rendiment adolescents.....	67
Les conseqüències de la cultura en xarxa i les distribucions en grup dels esportistes d'alt rendiment adolescents.....	71
L'èxit esportiu.....	77
Els referents d'èxit i l'ídol en els mitjans de comunicació	85

Fase 3

CONCLUSIONS DE LA RECERCA

Conclusions.....	97
Bibliografia.....	105

INTRODUCCIÓ

Aquesta monografia és el resultat del projecte d'investigació guanyador de la II Beca de Recerca "Esport i Ciutadania", la qual té com a objecte d'estudi els adolescents que formen part de programes d'alt rendiment i les experiències sobre l'èxit i la derrota que consumeixen a través dels mitjans de comunicació generalistes i, en concret, la seva relació amb el mite de l'èxit.

L'esport és un dels fenòmens socials i culturals més importants, tant en la seva vessant d'espectacle de masses com de pràctica lliure del ciutadà. La relació entre l'esport d'alt rendiment i els mitjans de comunicació exigeix una anàlisi científica que ajudi a comprendre un fenomen cada vegada més complex i en constant evolució. Les múltiples sinergies que s'han establert entre ambdós han provocat importants canvis estructurals i han donat lloc a un terreny on la comunitat (espectadors, aficionats i audiència) i els organitzadors i protagonistes dels esdeveniments esportius (esportistes, clubs i federacions) formen part d'un entreteniment amb una capacitat de convocatòria enorme. La màxima representació d'aquesta concepció de l'esport és el que es denomina esport espectacle. Un entreteniment espectacular, global i summament diversificat que esdevé un negoci molt lucratiu i genera un consum constant de símbols i rituals vinculats a l'èxit que són integrats com a propis pels diferents membres de la societat.

El llenguatge dels mitjans de comunicació és un component determinant que incita al consum i a la imitació de models de vida que són presentats com a referents d'èxit i configuren la identitat cultural i les formes d'interpretar el món de la gran massa social. Si la presència massiva d'aquests missatges filtren la realitat a través d'una nova realitat (la mediatitzada) sembla fonamental enfocar aquest estudi amb l'objectiu de determinar el discurs del mite de l'èxit i contrastar-lo amb la idea de l'èxit que imparteixen els professionals de l'alt rendiment.

Per tant, si ens plantegem les relacions entre els mitjans de comunicació i l'educació en l'alt rendiment i si, a més, ens referim a les poblacions més joves que són les que n'experimenten directament els efectes d'un ús

no alfabetitzat,¹ es fa encara més imprescindible la necessitat de desxifrar els sistemes que estructuraven els significats dels missatges de l'èxit i la derrota i que poques vegades són objecte de discussió i reflexió crítica. Uns missatges que no només interpel·len els esportistes d'alt rendiment adolescents sinó que també modelen les estructures mentals d'agents socialitzadors que els influeixen directament, com són els pares i l'entrenador.

La investigació acota l'objecte d'estudi en els esportistes d'alt rendiment adolescents amb l'objectiu de promoure una anàlisi integral del complex món d'interaccions i motivacions que l'envolten i fomentar una visió més rica de la seva figura per part de la societat, promovent els criteris de judici i procurant un cert distanciament crític respecte d'alguns dels missatges que transmeten els mitjans de comunicació. Un procés amb el qual pretenem descriure de manera ajustada les bases que configuren l'aprenentatge de l'èxit en l'esport d'alt rendiment.

Feliciano López (tennis), Tommy Robredo (tennis), Gemma Mengual (sincronitzada), Almudena Cid (gimnàstica), Maria Vasco (atletisme), Gervasio Deferr (gimnàstica), Mireia Belmonte (natació), Brigitte Yagüe (taekwondo) són només alguns exemples actuals d'esportistes d'elit que han entrenat des de ben petits en aquest Centre d'Alt Rendiment i que han obtingut un gran prestigi professional en l'alta competició a escala mundial. Així, doncs, el Centre d'Alt Rendiment (CAR) de Sant Cugat del Vallès és capdavanter en la projecció d'esportistes nacionals de diferents disciplines a la màxima competició internacional i, per aquesta raó, resulta un emplaçament especialment propici per conèixer quina concepció tenen de l'èxit els seus professionals i com la gestionen.

El projecte vol comprovar si la cobertura de l'èxit en l'esport de competició per part dels mitjans de comunicació representa correctament els valors de l'èxit de l'esport d'alt rendiment; així com també, i centrant-nos més en la figura de l'ídol d'èxit mediàtic, ens preguntem sobre si la institució esportiva d'alt rendiment estimula l'assimilació dels referents d'èxit difosos pels mitjans de comunicació; per acabar amb una tercera i darrera qüestió a confirmar o rebutjar, i que pretén que adopti una funció explicativa respecte de la segona hipòtesi plantejada, i és si els referents d'èxit mediàtic són positius per als esportistes d'alt rendiment adolescents.

De manera que aquest projecte d'investigació queda distribuït amb una primera fase titulada: "El mite de l'èxit i l'esport d'alt rendiment segons la perspectiva dels mitjans de comunicació massius", que tracta la gran diversitat de fenòmens de naturalesa clarament diferent que genera la relació entre els mitjans de comunicació i l'esport d'alt rendiment. Una fase que es completa amb la concreció d'una definició d'èxit obtinguda a partir de l'anàlisi de contingut d'una mostra tipològica de mitjans de comunicació. Aquesta té com a objectiu establir un marc teòric, crític i

1. PÉREZ RODRÍGUEZ, M. Amor. Los nuevos lenguajes de la comunicación. Enseñar y aprender con los medios. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 2004.

referencial sobre el mite de l'èxit dels mitjans de comunicació i la utilització que realitzen dels codis, llenguatges i significats per crear uns sistemes d'expressió que arriben a tots els estrats de la societat.

Aquesta part de l'estudi proposa una reflexió sobre el paper crucial que el mite de l'èxit té en l'actual cultura. Un escenari complex des de la perspectiva de l'investigador social, a causa de la multiplicitat de dimensions que té aquest fenomen comunicatiu. Per tant, la principal dificultat metodològica que presenta tot intent d'abordar l'estudi del missatge de l'èxit és establir un criteri de delimitació. Davant la impossibilitat d'analitzar tots els mitjans i formes de comunicació relacionades amb l'èxit i l'esport d'alt rendiment, s'ha considerat, indispensable seleccionar aleatòriament la mostra estudiada: l'anàlisi se centrarà en la televisió (la mostra dels deu programes de televisió més vistos dins l'àmbit espanyol en els mesos de maig i juny del 2009 i els percentatges de les audiències a Catalunya en els mesos d'abril, maig i juny del 2009) i la premsa generalista nacional (ABC, Avui, El Mundo, El País, El Periódico i La Vanguardia), seleccionant-los d'acord amb els criteris geogràfics de proximitat de l'investigador.

Entenem també que un estudi crític i acurat sobre el fenomen del complex entramat de missatges que originen els mitjans de comunicació ha de fer-se en un marc interdisciplinari d'investigació. L'enfocament semiòtic ens permet d'incloure reflexions de diferents disciplines a l'hora d'estructurar el significat del discurs de l'èxit i la derrota als mitjans de comunicació. En aquest sentit, el paradigma de l'àncora formulat pel semiòleg Roland Barthes és especialment útil en el nostre cas perquè és sensible a l'ús i articulació del llenguatge per dirigir el lector cap a una lectura preferencial de la realitat.² El llenguatge és un instrument del qual se serveixen els mitjans de comunicació per transmetre tota una sèrie de símbols a l'audiència, i juga un paper fonamental en el procés de configuració de l'imaginari individual i col·lectiu de les masses.

Cal destacar, doncs, que la base de la part teòrica ha estat enriquida amb aportacions de monografies i recerques d'investigació procedents de diversos investigadors coneixedors del fenomen comunicatiu i esportiu, i la part periodística ha estat compilada per mitjà de la selecció i l'estudi de múltiples publicacions periòdiques les quals s'han hagut de buidar pacientment i ressenyar per arribar a l'estudi que ara veu la llum.

Posteriorment, el treball de camp titulat "L'èxit i l'esport d'alt rendiment segons la perspectiva dels professionals i esportistes d'alt rendiment adolescents del CAR de Sant Cugat del Vallès" configurarà la segona fase de la recerca i centrarà el seu contingut en la realitat de l'esportista d'alt rendiment adolescent. En aquesta part, s'utilitzaran dues tècniques qualitatives: les entrevistes amb profunditat i el focus group, les quals ens permetran determinar la idea d'èxit segons els professionals de l'alt rendiment i contrastar-ho amb la valoració dels adolescents esportistes

2. BARTHES, Roland. Image-Music-Text. Londres: Fontana, 1977.

d'elit. Així, ambdues fonts d'informació es revelen com les més adequades per sotmetre a prova les idees i hipòtesis plantejades i aprofundir en la realitat de l'esportista d'alt rendiment per comprendre les raons subjacents del seu comportament en la institució esportiva analitzada.

Les entrevistes en profunditat a cinc professionals del CAR de Sant Cugat del Vallès configuren una valuosa font d'informació que ens permetrà presentar un retrat detallat sobre l'esport d'alt rendiment i analitzar les claus i les conseqüències de l'èxit des de la seva experiència vital i professional. Un total de cinc entrevistes fetes amb profunditat realitzades al professor i cap d'estudis de l'Institut, Joaquim Cascante;³ la psicòloga i responsable del Servei d'Atenció a l'Esportista, Susana Regüela;⁴ l'entrenador de corredors de tanques i responsable nacional adjunt de la Federació Espanyola d'Atletisme, Luis González;⁵ el psicòleg esportiu Josep Marí⁶ i la metgessa de la Unitat Assistencial i Preventiva de l'Esport, Montse Bellver.⁷ Aquests entrevistats han estat seleccionats com a professionals de l'alt rendiment del CAR de Sant Cugat del Vallès, i també en representació de les especialitats amb més possibilitat de fer una difusió sobre l'èxit. Com es pot comprovar per les especialitats dels entrevistats, aquests es poden agrupar en tres grans categories genèriques: la psicològica, l'acadèmica i l'esportiva.

La principal característica valorada per utilitzar aquesta tècnica qualitativa és la seva capacitat de capturar la riquesa de motivacions i raons de les respostes exposades pels entrevistats, una informació detallada sobre els valors, experiències i sentiments, que faciliten l'observació en profunditat de les reaccions implícites dels entrevistats i encaixen perfectament

3. Joaquim Cascante és llicenciat en ciències físiques per la Universitat de Barcelona i treballa com a professor de matemàtiques a l'institut d'ensenyament secundari (IES) del CAR de Sant Cugat del Vallès.

4. Susana Regüela va ser una atleta en actiu des dels dotze fins els trenta-un anys d'edat i va aconseguir el rècord de llançament de pes de Catalunya i el rècord de llançament de martell d'Espanya. És llicenciada en psicologia per la Universitat Autònoma de Barcelona i fa nou anys que treballa al CAR de Sant Cugat del Vallès. Cal destacar, doncs, que Susana Regüela és una persona que ha estat vinculada gran part de la seva vida a aquest centre, primer, com a esportista interna en actiu, i, després, com a psicòloga i responsable del Servei d'Atenció a l'Esportista. Un servei que pretén assessorar acadèmicament i professionalment els esportistes d'elit del centre.

5. Luis González és llicenciat en educació física per l'INEF de Barcelona i treballa com a entrenador nacional d'atletisme des de l'any 1985. També és adjunt del responsable nacional de tanques de la Federació Espanyola d'Atletisme des de l'any 1994 fins enguany.

6. Josep Marí és llicenciat en filosofia i lletres i en psicologia i té un mestratge en psicologia de l'esport per la Universitat Autònoma de Barcelona. Fa vint-i-dos anys que treballa al Departament de Psicologia del CAR de Sant Cugat del Vallès. També, i a banda de l'activitat professional en aquest centre esportiu, va treballar amb l'equip de futbol de l'Espanyol durant un any i amb la Federació Espanyola d'Hoquei durant quatre anys.

7. Montse Bellver és metgessa de la Unitat Assistencial i Preventiva de l'Esport i realitza l'assistència mèdica als esportistes del CAR de Sant Cugat del Vallès.

amb alguns dels trets característics de la temàtica objecte d'estudi.⁸ Hem utilitzat per això un model semiestructurat de preguntes, a partir d'una llista d'assumptes per tractar, i formulant-les a tots els entrevistats. En aquest sentit, s'ha corregit la característica d'aquesta tècnica que implica que cada entrevista es desenvolupi d'acord amb una dinàmica de preguntes i respostes pròpies.⁹

Per mitjà del focus group, o grup de discussió o debat, un grup de nou esportistes adolescents i interns del CAR de Sant Cugat del Vallès expressaran i debatran els seus punts de vista entorn del tema objecte d'estudi.¹⁰ En aquest cas, el grup de discussió ens ofereix importants avantatges respecte d'altres tècniques d'investigació perquè permet la possibilitat que els entrevistats prenguin un rol actiu davant la formulació de propostes de debat, aportin nous enfocaments i donin la rèplica. Mentre que, posem per cas, l'enquesta convencional treballa amb un qüestionari rígid, nosaltres, com a moderadors del grup de debat, promourem les intervencions dels adolescents mitjançant una llista de preguntes genèriques, rèpliques i indicacions amb l'objectiu d'aprofundir en els aspectes més importants que sorgeixin durant el transcurs de la sessió. Com és el cas del recurs de les set imatges que mostren esportistes en diferents situacions i cadascuna ha estat etiquetada d'acord amb un valor associat a l'alt rendiment esportiu, o l'exemple de la notícia per estimular el debat del dopatge en l'esport. La recerca del denominat "efecte de bola de neu",¹¹ en el qual els comentaris d'uns entrevistats condueixen de manera natural els altres a aprofundir en determinats temes del debat i la claredat en algunes explicacions que poden resultar confuses, són

8. Característiques de l'esmentada tècnica d'investigació comentades pels investigadors Roger D. Wimmer i Joseph R. Dominick. WIMMER, Roger D. i DOMINICK, Joseph R. La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1996, p. 158.

9. Aquesta característica ha estat formulada en el monogràfic de Wimmer i Dominick. WIMMER, Roger D. i DOMINICK, Joseph R. La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1996, p. 158.

10. Tal com els investigadors Roger D. Wimmer i Joseph R. Dominick recullen en el monogràfic titulat La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos: "El grup de debat és una estratègia d'investigació encaminada a comprendre els motius del comportament i actituds de l'objecte d'estudi. Es tracta de fer preguntes simultàniament a un grup comprès entre 6 i 12 persones i dirigides per un moderador en un ambient de discussió relativament espontani." Seguint aquests paràmetres, la nostra entrevista de grup s'ha efectuat en una aula acadèmica del CAR de Sant Cugat del Vallès i l'han format nou esportistes interns del centre d'edats compreses entre els setze i dinou anys: Raquel (disset anys, tennis taula), Cristóbal (divuit anys, pentatló modern), Jordi (disset anys, golf), David (setze anys, golf), Àngel (disset anys, pentatló modern), Albert (dinou anys, lluita), Roger (divuit anys, patinatge de velocitat), Teresa (disset anys, waterpolo) i Víctor (disset anys, waterpolo). WIMMER, Roger D. i DOMINICK, Joseph R. La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1996, p. 154.

11. WIMMER, Roger D. i DOMINICK, Joseph R. La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1996, p. 155.

dos avantatges més que ens ofereix aquesta tècnica observacional i que cercarem com a investigadors.

El grup de debat es tracta, doncs, d'una tècnica descriptiva en el qual farem ús de l'enregistrament en vídeo i de la metodologia observacional per identificar i relacionar l'amalgama d'influències i interessos generals d'aquests adolescents. En l'anàlisi de les dades s'optarà per efectuar una elaboració detallada de l'informe de conclusions en el qual transcriurem íntegrament l'enregistrament d'aquesta sessió i les entrevistes en profunditat. El pas següent serà classificar en diferents categories la informació obtinguda, amb el consegüent esquema de catalogació, cosa que permetrà a l'investigador revisar comentaris concrets i realitzar una anàlisi més detallada del contingut. Precisament, aquesta última part, que inclourà la narració de la informació de la sessió de debat, les entrevistes en profunditat i els exemples i estudis de casos, és el que configurarà el text de la segona fase del treball.

En la darrera part de la investigació presentarem les conclusions, on exposarem els resultats finals de l'estudi del fenomen de l'èxit en l'alt rendiment esportiu de manera que connectin amb la motivació origen de l'estudi que és la de reflectir la multiplicitat de missatges, algunes vegades contradictoris, que interpel·len directament en els esportistes d'alt rendiment adolescents.

Cal destacar que aquesta investigació s'ha ideat mitjançant l'estructura denominada anàlisi de la incubació (*cultivation analysis*).¹² Aquesta consisteix en la utilització de l'anàlisi de contingut com a punt de partida per documentar la magnitud de la presència d'uns determinats temes i missatges en els mitjans de comunicació, la unitat d'anàlisi és l'èxit en el nostre cas, per després passar de manera independent a una nova fase on l'objectiu és realitzar un estudi sobre una audiència específica per determinar si el contingut dels mitjans inculca actituds similars entre els consumidors del material mediàtic.¹³

A continuació, destacarem diferents exemples pràctics amb els quals altres autors han utilitzat la mateixa estructura d'investigació: Gerbner, Gross, Signorielli, Morgan i Jackson-Breeck van descobrir que els grans consumidors de televisió als Estats Units d'Amèrica tendeixen a ser més temorosos respecte al món que els envolta.¹⁴ És a dir, el contingut de la televisió, caracteritzada per grans dosis de violència i crim, fonamenta actituds més basades en la imatge televisiva que en la realitat. Un altre

12. WIMMER, Roger D. i DOMINICK, Joseph R. La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1996, p. 173.

13. Segons els experts consultats, Roger D. Wimmer i Joseph R. Dominick, aquest tipus de plantejament d'investigació és innovador. WIMMER, Roger D. i DOMINICK, Joseph R. La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1996, p. 173.

14. GERBNER, G.; GROSS, L.; SIGNORIELLI, N.; MORGAN, M. i JACKSON-BEECK, M. "The demonstration of power: violence profile n. 10". *Journal of Communication*, núm. 29 (març 1979), p. 177-196.

treball realitzat amb un esquema similar és el de De Fleur i De Fleur sobre els possibles efectes dels estereotips ocupacionals dels programes de televisió.¹⁵ Morgan i Shanahan van aplicar l'estructura de la incubació per comprovar com la programació televisiva a Argentina influïa en les actituds polítiques de l'audiència.¹⁶ Així com també l'estudi de Zillmann i Bryant tenia com a objectiu determinar l'efecte dels recursos humorístics en els programes educatius de televisió i van concloure que els recursos humorístics no relacionats directament amb el contingut educatiu fomenta una retentiva informativa més alta de l'audiència.¹⁷

Finalment, voldria agrair en primer lloc al president de la Fundació Esport i Ciutadania, Sr. Mario Romeo, el seu interès i el suport que m'ha donat durant el transcurs de la investigació. També voldria manifestar la gratitud a la gent que forma part d'aquesta, per l'oportunitat que m'han brindat de portar a terme un projecte d'aquestes característiques.

Tanmateix, m'agradaria fer menció especial de la valuosa ajuda de dues persones que gràcies als intercanvis d'impressions que hem mantingut en diferents moments de l'estudi han contribuït a fer créixer indubtablement el projecte. En primer lloc, el doctor en comunicació i periodisme Xavier Ginesta de la Universitat de Vic, que gràcies als seus suggeriments sobre el complex mediàtic i esportiu i el seu coneixement del món de l'esport, ha estat de gran ajuda. En segon lloc, també agraeixo sincerament l'ines-timable ajuda i confiança que m'ha donat l'amiga i doctora en psicologia Pilar Medina, de la Universitat Pompeu Fabra.

Aquesta investigació no hagués estat possible sense el suport del CAR de Sant Cugat del Vallès i la seva col·laboració en el projecte. Els professionals de diferents àmbits consultats s'han mostrat amables amb mi i han manifestat el seu interès en la recerca. Sense dubte, la seva implicació ha permès la recollida de dades qualitatives necessàries que ens han permès fonamentar l'estudi. Agraeixo també la participació dels nou adolescents esportistes d'alt rendiment: la Raquel, en Cristóbal, el Jordi, el David, l'Àngel, l'Albert, en Roger, la Teresa i en Víctor, que han volgut formar part de la recerca i que gràcies a ells he pogut acomplir els objectius. A més a més, vull agrair la cooperació dels jugadors de tennis taula Oriol Monzó i Sara Ramírez. Ambdós esportistes foren interns del Centre d'Alt Rendiment i han contribuït a enriquir aquest treball mitjançant la divulgació de la seva pròpia experiència personal en el circuit professional. Gràcies a la col·laboració de tots ells s'ha pogut materialitzar el projecte que teniu a les mans.

15. DE FLEUR, M. i DE FLEUR, L. "The relative contribution of television as a learning source for children's occupational knowledge". *American Sociological Review*, núm. 32 (1967), p. 777-789.

16. MORGAN, M. i SHANAHAN, J. "Television and the cultivation of political attitudes in Argentina". *Journal of Communication*, núm. 41 (gener 1991), p. 88-103.

17. ZILLMANN, D. i BRYANT, J. "Uses and effects of humor in educational ventures". *Handbook of humor research*. Nova York: Springer-Verlag, 1983, 2 vols.