

Esport, mitjans de comunicació i la cultura de la pau

■ NANCY RIVENBURGH

Professora titular. Departament de Comunicació.
University of Washington, USA

■ Paraules clau

Esport, Mitjans de comunicació, Pau, Jocs Olímpics



Per a Nancy Rivenburgh, un periodisme a favor de la cultura de la pau és possible (Font: BPOM photo).

■ Abstract

This essay first reviews the prospects of the media as a promoter of peace. It highlights what some scholars suggest might be attributes of 'discursive spaces' within the media that are more conducive to the development of a culture of peace. Next, these attributes are shown to be present in mediated sports and, as such, open the possibility that the media might promote peace through sports. Finally, five specific media role –framing, humanizing, ritualization, conferring status, and creating a mood– taken from the literature of peace advocacy regarding the media, are applied to the case of sports programming. It is recommended that these be implemented through both journalist training and the efforts of peace organizations that provide information to the media.

■ Key words

Sport, Media, Peace, Olympics

Resum

Aquest article repassa, en primer lloc, les perspectives dels mitjans de comunicació com a promotors de la pau. Subratlla el que alguns experts suggereixen que poden ser atributs dels 'espais per al discurs' dintre dels mitjans de comunicació, els quals condueixen millor al desenvolupament d'una cultura de la pau. Tot seguit, es mostra com estan presents aquests atributs en els temes d'esports dels mitjans de comunicació i s'obre la possibilitat que els mateixos mitjans de comunicació puguin fomentar la pau mitjançant l'esport. Finalment, s'apliquen cinc papers concrets dels mitjans de comunicació –enquadrament, humanització, ritualització, concessió d'estatus i creació d'estat d'ànim–, extrets de la bibliografia de la defensa de la pau en relació amb els mitjans de comunicació, en el tema de la programació esportiva. Es recomana que es posin en marxa, tant mitjançant la formació del periodista com pels esforços de les organitzacions de pau que proporcionen informació als mitjans de comunicació.

Els mitjans de comunicació i el foment de la pau

Resulta atractiu suggerir que a hores d'ara els mitjans de comunicació, amb la capacitat que tenen per arribar fins a l'últim racó de la terra, podrien promoure una cultura global de pau. Tanmateix, la realitat és que normalment aquests mitjans no es poden associar amb el foment de la pau. Ben al contrari, al llarg del segle XX, s'han utilitzat amb èxit els mitjans de comunicació amb l'objectiu

de la construcció nacional, el manteniment de la nació i la mobilització en els moments de guerra. Fins i tot sense la influència directa dels governs que recolzen molts sistemes de comunicació, Johan Galtung (1993, pàg. XI) assenyala que els mitjans de comunicació pateixen una "fascinació pel poder... amplifiquen el so de les armes, més que no pas fer-les callar." I, quan reben la trucada dels governs, els mitjans de comunicació tenen el gran poder de construir un enemic. Com va escriure King, sobre el paper crític dels mitjans de comunicació en la mobilització cap a la guerra: "Primer matem gent amb les nostres ments, després ho fem amb les armes" (citat a Roach, 1993, pàg. 10). És ben cert que hi ha elements inherents als mitjans de comunicació moderns –des de nous valors bàsics, confiança en les fonts oficials i rutines de producció fins a les estructures organitzatives i els imperatius comercials– més disposats a crear discursos de guerra que no pas discursos de pau. En concret, la creixent concentració d'empreses d'abast mundial situa els valors del benefici i el creixement molt per damunt dels valors de la pau i la democràcia. Com indica Sinar (2000, pàg. 91), des del punt de vista de la majoria de les distribuïdores comercials de comunicació, "la pau és avorrida". Els crítics dels mitjans de comunicació assenyalen també les estretes relacions comercials entre les empreses de comunicació, que informen sobre els conflictes, i els complexos militars-industrials, que se'n beneficien, cosa que crea una barrera estructural per al foment eficaç de la pau (Roach, 1993, pàg. 17; Bruck i Roach, 1993).



Un cop dit això, els mitjans de comunicació com a institució no causen les guerres, però tampoc no són agents responsables del foment de la pau. En aquest sentit, juguen papers contradictoris pel que fa a la guerra i la pau. Per exemple, les notícies donen més importància al conflicte, el drama i el sensacionalisme com a criteri de selecció, per tal d'atreure grans audiències. Alhora, els mitjans de comunicació no desitgen que l'audiència experimenti les veritables atrocitats de la guerra, per tal que no es distregui dels missatges publicitaris que omplen la programació. Així, als mitjans de comunicació tant se'ls en dona si el conflicte cobert està basat en un acte de guerra o en les raons polítiques sobre la 'desitjabilitat' de la guerra. En funció del conflicte en què se centren, els mitjans de comunicació poden servir de fre o d'accelerador de la guerra.

Un altre exemple de la naturalesa dialèctica dels mitjans de comunicació en relació amb la guerra sorgeix del que Manoff (2002) qualifica com el "mite de l'objectivitat". Les normes d'imparcialitat en narrar les notícies, pròpies del segle XX, es van desenvolupar en un primer moment als Estats Units, com una estratègia comercial per encoratjar diferents persones d'inclinacions polítiques diverses a llegir un mateix diari. Manoff sosté que el 'periodisme imparcial' derivat d'aquesta estratègia comercial evita que els periodistes advoquin per la pau o donin preferència a les veus que criden a favor de la resolució de conflictes. Alhora, tanmateix, s'ha demostrat prou, en el camp de la investigació sobre comunicació, que 'l'objectivitat' del corrent majoritari de notícies es produeix de fet en els límits d'una manera específica i nacional de veure el món. En el terreny dels assumptes internacionals, aquest 'punt de vista' tendeix a anar en la mateixa direcció, amb poques excepcions, de la política del govern. Per tant, mentre sembla que els mitjans de comunicació exerceixen un cert grau de perspectiva independent dintre d'una societat democràtica, de fet tenen dificultats per jugar aquest paper en tractar temes relacionats amb la guerra en el pla internacional.

De tota manera, a vegades es reclama els mitjans de comunicació a cobrir processos internacionals de pau, com ara negociacions per a la pau. Com ho fan? En la seva anàlisi sobre els mitjans de comunicació en les converses de pau a Irlanda del Nord i al Pròxim Orient, Sinar (2000) va descobrir que els mitjans de comunicació tendeixen a situar la seva tasca en unes converses de pau de tres formes. La primera, i més habitual, és mitjançant el 'discurs de guerra', mantenint una terminologia bèl·lica (per exemple, centrant-se en els conflictes dintre de les pròpies negociacions; els representants del govern 'lluiten' i 'combaten' per aconseguir la pau). En segon lloc, els mitjans de comunicació apliquen un 'discurs de trivialització', posant l'èmfasi en els aspectes més personals de les converses de pau més que no pas en el contingut de les resolucions de pau (per exemple, centrant-se en la forma de vestir de les esposes dels representants del govern; fixant-se en els gestos d'amistat o de refús). En tercer lloc i, segons el punt de vista de Sinar, el més encertat per al foment de la pau, els mitjans de comunicació utilitzen un 'discurs de ritualització', que se centra en allò que és simbòlic i en els elements de cerimònia i ritu dels procediments de les converses de pau. Aquest enfocament fa de les converses de pau un important 'esdeveniment mediàtic'. En la seva investigació Sinar va trobar poques dades del que ell anomena "enfocament directe de pau", que les notícies recullin símbols propis de la no-violència o termes i imatges d'un canvi pacífic. Ho explica repetint el que ja hem dit anteriorment: és més compatible amb els objectius d'un mitjà de comunicació i els valors de les seves notícies un discurs de guerra que no pas un discurs de pau.

Malgrat tot, molts estudiosos i activistes per la pau es neguen a acceptar com a inevitable que els mitjans de comunicació no puguin fomentar la pau. Ben al contrari, defensen que els mitjans de comunicació són fonamentals per aconseguir-la i que cal encoratjar-los i utilitzar-los amb aquesta finalitat. Frederick (2003), per exemple, va repassar amb

deteniment el llenguatge d'una llarga sèrie de tractats i declaracions internacionals, per demostrar que la legislació internacional pren una posició molt concreta en relació amb els mitjans de comunicació, la guerra i la pau. En el llenguatge de la legislació internacional, no solament es prohibeix que els mitjans de comunicació fomentin la guerra, sinó que se'ls fa una crida específica a promoció de la pau. L'autor resumeix de la forma següent un dels principis fonamentals de la legislació internacional en relació amb els mitjans de comunicació:

Els mitjans de comunicació haurien d'exercir un paper positiu a l'hora d'educar i explicar al públic el camí de la pau. Mitjançant la legislació internacional, els mitjans de comunicació són cridats contínuament a fomentar un millor coneixement de les condicions de vida i de les organitzacions de pau. Les activitats dels mitjans de comunicació haurien d'incloure continguts compatibles amb la tasca per a la preparació de la vida per a la pau. Els mitjans de comunicació han de contribuir de manera eficaç a l'enfortiment de la pau, a l'entesa internacional i a la promoció dels drets humans (pàg. 239).

Espais per al discurs en la promoció de la pau

En conseqüència, molts defensors de la pau i estudiosos de la comunicació insisteixen que mentre els mitjans de comunicació posen molts obstacles per a l'assoliment de la pau, també poden pro-



Caldria que els mitjans de comunicació juguessin un paper positiu a l'hora d'educar i d'explicar al públic el camí de la pau
(Font: Pablo Picasso <http://webs.demasiado.com/vagactiva/ima/paloma.gif> -29.XI.04-).



Cerimònia inaugural dels Jocs Olímpics d'Atenes. Els esdeveniments d'abast mundial, a l'empara de les xarxes globals de comunicació, també poden funcionar com a espais de discurs per a la promoció de la pau. (Font: <http://elsew.com/data/athens9.jpg> -14.XII.04-)

porcionar –de forma gairebé literal– ‘espais’ per a l'esperança i el foment de la pau. Bruck i Roach (2003) els anomenen ‘espais per al discurs’, dintre dels mateixos mitjans de comunicació, que permeten de donar veu a missatges dissidents. En aquest cas, el missatge dissident és la defensa de la pau. On es poden trobar o crear aquests espais per al discurs? Quines característiques podrien tenir?

Jerome (1999) apunta cap a formes de comunicació –bé sigui Internet o la televisió i la ràdio per satèl·lit– que superen els límits nacionals i creen així comunitats globals interessades en aquests temes. Aquestes formacions ‘de baix a dalt’, com ell les anomena, ocupen un espai de discurs transnacional i d'aquesta forma poden constituir els blocs que construeixen un punt de vista més internacionalista, tot connectant la gent amb independència del seu origen cultural o nacional.

Sinar (2000) subratlla que els esdeveniments d'abast mundial, a l'empara de les xarxes globals de comunicació, també poden funcionar com a espai de discurs per a la promoció de la pau. Gràcies a la seva capacitat per atreure una audiència mundial i adreçar-s'hi, els esdeveniments d'abast mundial, com ara els Jocs Olímpics,

esdevenen històricament significatius i únics. Encara que no arriben a ésser subversius o dissidents en intenció i en missatge, aquests esdeveniments exigeixen un discurs de ritualització. En adoptar els mitjans de comunicació aquesta mena de discurs, aquests megaesdeveniments d'abast mundial expressen temes d'unió global, intercanvi d'experiències i símbols transcendents –malgrat la identificació nacional dels seus participants. Els participants i l'audiència poden veure o sentir les noves direccions o possibilitats per a la pau en la característica liminar de raresa associada a aquests esdeveniments.

La recerca d'espais per al discurs, directament a les notícies, significa advocar pel ‘periodisme de pau’, com una nova ètica en la producció de notícies, amb vista a la comprensió internacional i intercultural (Tehrani, 2002; Manoff, 2002). El corresponsal de la BBC, Martin Bell, es refereix al periodisme de pau com “el nou periodisme documental”. És un enfocament de les notícies, assenyalat, que se centra en el context i en les víctimes del conflicte, i també en les accions dels protagonistes (Howard, 2002). Els defensors del periodisme de pau s'enfronten al mite de l'objectivitat, tot defensant que:

... Encara que el periodisme té força epistemològica com a eina per buscar la veritat, aquest és també l'origen de la seva debilitat moral. El periodisme objectiu no intervé en els fets que descriu i no accepta responsabilitats per no fer-ho... Les normes del periodisme professional no es poden saltar les obligacions morals (Manoff, 2002, pàg. 38).

Manoff (2002) defensa també que el paper més important dels mitjans de comunicació és la prevenció del conflicte, més que no pas la seva resolució. A la llum d'això últim, suggereix que mirem més enllà de la forma en què es tracta el conflicte en les notícies i observem si els mitjans de comunicació d'entreteniment en temps de pau obren un espai per al discurs del foment de la pau. Presenta exemples de programacions basades en l'entreteniment que estan dissenyades per promocionar perspectives multiculturals i per desmitificar allò que és diferent i estranger, mitjançant telenovelles, espectacles infantils i dibuixos animats.

L'esport als mitjans de comunicació: un espai per al discurs de la pau?

És interessant remarcar que la forma d'informar sobre els esports té molts dels atributs assenyalats anteriorment. L'esport interessa cada vegada més les comunitats d'abast mundial, no limitades a l'àmbit nacional –especialment perquè les principals lligues s'estenen per tot el món i fitxen esportistes no-nacionals per als seus equips. L'esport ofereix els esdeveniments d'abast mundial més grans: els Jocs Olímpics i la Copa del Món de Futbol –esdeveniments que tenen una audiència sense parangó. L'esport se situa als límits de les notícies, en el camp de l'entreteniment. A diferència de les notícies, el periodisme esportiu no està regit per normes d'objectivitat ni vinculat a les influències diàries de la gestió informativa del govern. Tot i així, l'esport aplega molts dels valors propis de les notícies i els mitjans d'entreteniment. Com va assenyalar Davison (1974) fa més de 25 anys:



Un gran esdeveniment esportiu pot combinar gairebé tots els factors de forma nítida: es desenvolupa en un espai de temps respectable, hi assisteixen milers de persones, el resultat és inequívoc, la gent pot sintonitzar amb els esportistes, s'ajusta a l'estereotip del que hauria de ser un esdeveniment esportiu, el resultat és imprevisible, ha estat definit prèviament com a "notícia", els mitjans de comunicació li han reservat espai o temps, pot afectar equips de països importants, implica probablement persones molt conegudes i, ben segur, té característiques humanes (pàg. 55).

Ateses aquestes característiques, L'esport pot oferir un espai per al discurs de promoció de la pau?

Des d'un punt de vista històric, l'esport no va associat a la pau. Com assenyalava Crowther (1999, pàg. 2), "cap dels Jocs Olímpics de l'antiguitat no va poder aturar una guerra... [de fet] a Grècia l'associació entre els ideals de l'esport i la guerra era indubtablement intensa... [Els esports] eren un preparatiu per a la guerra." Els antics Jocs Olímpics eren un esdeveniment d'abast nacional, al qual escasses vegades s'hi convidava algun "estranger". En els temps moderns, no existeix encara una relació clara entre pau i esport, tot i que hi ha una idealització sobre l'existència de la relació esmentada (Seppänen, 1982). De fet, Kyröläinen i Varis (1981) suggereixen que "s'ha de... destacar que la gent té una creença més sòlida en l'efecte de promoció de la pau d'allò que tendeixen a indicar els resultats científicament verificats" (pàg. 78). Fins i tot aquesta creença s'està esvanint. Avui dia sembla més habitual acceptar, simplement, les semblances entre el llenguatge de l'esport i el de la guerra i deixar que l'audiència sucumbeixi a l'imperi de l'entreteniment esportiu dels mitjans de comunicació, mentre aquest fomenta els valors del consumisme, l'agressivitat i la fama egocèntrica.

Tot i amb això, queda la pregunta de si els mitjans de comunicació tenen capacitat d'oferir un espai per al discurs de la promoció de la pau i, si és així, si volem aplicar aquesta capacitat. En un àmbit més ampli, Kyröläinen i Varis (1981, pàg. 68) suggereixen que "es pot considerar el món de l'esport com un model ideal per a les

relacions internacionals en general: és no-violent i tendeix cap a normes comunes acordades." Seppänen (1982) afegeix que és possible defensar que existeix una 'ideologia de l'esport' especial, que subratlla el joc net, la justícia i la competició en condicions iguals.

Els mitjans de comunicació i l'esport: adopció d'algunes estratègies per a la pau

Els defensors de la pau han proposat un seguit d'actuacions específiques que són fonamentals per a la promoció d'una cultura de pau a través dels mitjans de comunicació. Entre aquestes podem esmentar: proporcionar educació, crear canals de comunicació, donar suport a la creació de grups que controlin les accions governamentals i que supervisin els esforços portats a terme per tal de mantenir la pau, etc. Encara que moltes d'aquestes actuacions tendeixen a orientar-se cap a la forma de cobrir les notícies en temps de conflicte, voldria destacar-ne cinc que semblen especialment aplicables a la promoció de la pau mitjançant la informació esportiva.

Enquadrament

Howard (2002) i Manoff (2002) subratllen la importància de l'enquadrament de la promoció de la pau. Els enquadraments dels mitjans de comunicació es construeixen seleccionant, destacant i eliminant elements de la realitat, de tal manera que se'n fomenta una perspectiva concreta. Igual que en la guerra, els enquadraments de l'esport se centren en la intensitat de la competició o del conflicte. De tota manera, l'esport internacional s'esdevé en un marc més ampli de cooperació. Com assenyalava Davison (1974, pàg. 56), "la informació esportiva és deshonest sense voler-ho, perquè hi queden enfosquides l'abundant cooperació entre els adversaris, l'acceptació de l'autoritat dels àrbitres i la infraestructura de normes, preparatius i patrocini".

Mentre l'emoció de la competició és fonamental perquè els esports siguin excitants i atractius, pot eixamplar-se fàcilment l'enquadrament de la competició per tal d'incloure-hi missatges que facin referència al context de cooperació. La inclusió d'aquest enquadrament ampli (o concurrent), temps a venir, pot animar a crear un nou repertori de fórmules, temes i històries, no solament sobre les característi-



Mentre l'emoció de la competició és fonamental perquè els esports siguin excitants i atractius, es pot eixamplar fàcilment l'enquadrament de la competició per tal d'incloure-hi missatges que facin referència al context de cooperació (Font: Gaspar Maza).



A la meua ciutat natal, Seattle, es podria haver fet més per aprofitar la popularitat dels membres japonesos de l'equip professional de beisbol dels Seattle Mariners. S'hauria pogut mostrar aquests esportistes en activitats de convivència amb els seus veïns i companys d'equip americans (Font: <http://www.ichirocollectables.com/out1.jpg>—14.XII.04—).

ques positives dels esportistes —dedicació personal, perseverança, qualitat—, sinó sobre els esforços de cooperació necessaris en l'esport internacional.

Humanització

Un dels objectius centrals del 'periodisme de pau' és humanitzar tots els aspectes del conflicte, mitjançant l'educació, per contrarestar les falses percepcions i evitar caure en estereotips (Manoff, 2002). El procés d'humanització inclou també informar dels orígens i dinàmica dels conflictes, i mostrar com afecta les persones —especialment, les víctimes de la guerra— en la seva vida diària (Holguin, 1998; Wolfsfeld, 2003).

El millor exemple del món de l'esport procedeix dels vídeos creats sobre esportistes internacionals (per exemple, els que s'emeten als Estats Units al voltant dels Jocs Olímpics). Moltes vegades, amb un estil "proper i personal" els mitjans visiten els esportistes a casa seva i mostren els seus reptes i sacrificis en la preparació dels Jocs Olímpics. Es podrien desenvolupar moltes temes, a part de la duresa de l'entrenament, que mostren el rostre humà de l'esportista, com ara la seva fa-

mília, la seva cultura i els llocs on transcorre la seva vida quotidiana.

Concessió d'estatus

Les notícies dels mitjans de comunicació juguen un paper potencialment important en el foment de la pau, per la seva capacitat de concedir un cert estatus a alguns actors o grups en l'esfera internacional. En oferir un mitjà per al reconeixement públic, aquests actors esdevenen veus legítimes durant el debat. Per exemple, els mitjans de comunicació poden escollir, o no, concedir estatus a grups antibèlics en temps de tensió internacional i donar-los veu en discutir sobre la guerra. De faísó molt semblant, els mitjans de comunicació esportiva poden escollir uns esportistes i uns equips determinats per convertir-los en models d'abast internacional. Per exemple, els mitjans de comunicació tenen la capacitat de concedir estatus a unes certes amistats i relacions entre esportistes d'equips i països diferents, atès l'interès humà o recollir històries relatives a les competicions esportives. Alhora, els mitjans de comunicació poden subratllar la lleialtat i l'esperit dintre d'equips esportius multiculturals. Ve-

gem com a exemple el del periodista Michael Malone (1994), el qual va escriure un article sobre un equip de futbol de Miami en el qual les comunitats culturals "que massa sovint viuen amb por i aïllament mutus" es van aplegar pel futbol (pàg. 1). A la meua ciutat natal, Seattle, per exemple, es podria haver fet més per aprofitar la popularitat dels membres japonesos de l'equip professional de beisbol dels Seattle Mariners. A més a més de les típiques aparicions públiques dels esportistes famosos per fomentar l'equip, s'hagués pogut mostrar aquests esportistes en activitats de convivència amb els seus veïns i companys d'equip americans.

Les històries no tenen per què trobar-se relacionades directament amb la comprensió i l'amistat internacionals. De fet, aquestes poden ser perifèriques al tema de l'article, però han de ser-hi sempre presents. Aquesta estratègia serveix per modelar la interacció internacional i multicultural de forma positiva, per a joves d'arreu del món que se senten molt atrets per l'esport. Citant Dan Millman en el seu llibre *The Inner Athlete: Realizing Your Fullest Potential* (L'esportista per dintre: la descoberta de les seves potencialitats) Malone (1994, pàg. 1) escriu: "Els esports ens poden ensenyar no solament l'esperit de cooperació, sinó també el sacrifici propi, quan subordinem els nostres interessos particulars per un bé més gran, pel bé del conjunt de l'equip... L'esport està construït sobre la base d'estructures, normes i tradició i, encara que sembli irònic, és cert que persones d'orígens completament diferents poden anar plegades en el camp de joc."

Ritualització

A partir del comentari anterior, sabem que Sinar (2000) suggeriria que el foment de la pau serà sobretot significatiu en els temps en què el discurs de la ritualització es pot aplicar a l'esport. I això s'observa amb claredat en els Jocs Olímpics. Els principals ideals olímpics del baró Pierre de Coubertin —foment de la pau, ruptura de barreres entre els països i foment d'un esperit transnacional— se simbolitzen obertament en els rituals de la Cerimònia



d'Inauguració, quan totes les nacions entren a l'estadi de la mateixa manera, a peu, i són recordats a la Cerimònia de Clausura, quan els atletes es barregen lliurement entre ells.* Les cerimònies olímpiques contenen símbols d'unitat i pau que resten importància a les contradiccions i conflictes de la vida diària. Cada una de les edicions dels Jocs Olímpics se suma a una història i uns personatges compartits i l'audiència d'arreu del món experimenta el mateix instant memorable que s'associa amb cadascuna de les edicions olímpiques. Tot i que és un esdeveniment sota l'amenaça constant de la comercialització, les drogues i els escàndols, encara aconsegueix captivar l'audiència gràcies a la impressionant enormitat i a la raresa d'un esdeveniment que aplega pràcticament tots els països del món. Aconsegueix de mantenir la seva característica liminar i la seva naturalesa altament ritual. Amb cada edició dels Jocs Olímpics arriba la possibilitat que les audiències mediàtiques, igual que els esportistes, experimentin una cosa nova, plegats, i que recordin que la pau és possible. Com ens diu Davison (1974), la unitat nacional i la solidaritat internacional de grup no s'exclouen entre elles.

Crear un estat d'ànim

Davison (1974) suggereix que el foment de la pau hauria de funcionar cada dia. Identifica que un dels papers dels mitjans de comunicació és 'crear un estat d'ànim' que condueixi al desenvolupament d'aquesta política. Hi ha molts exemples de mitjans de comunicació, que sota la influència dels governs, contribueixen a crear un estat d'ànim que dóna suport a la intervenció i el conflicte. Davison, però, suggereix que, de la mateixa manera, es poden utilitzar els mitjans de comunicació per crear un estat d'ànim que assumeixi que la pau és possible. I el més important és, com ell suggereix, que aquesta estratègia es pot desenvolupar sobretot en els moments de pau. Aquesta actuació rol no es rela-

ciona necessàriament amb cap dels tipus de característiques de notícies o perfil d'atleta dels esmentats anteriorment. El paper de 'crear un estat d'ànim', s'ha d'aconseguir mitjançant la combinació de les actuacions d'enquadrament, humanització, ritualització i concessió d'estatus, abans esmentades, i amb altres accions simbòliques relacionades amb la pau.

Cap on hem d'anar?

Com es pot convèncer els productors de mitjans de comunicació esportius i els periodistes, perquè adoptin aquestes estratègies de promoció d'una cultura de pau? Als qui escriuen sobre les tendències actuals dels mitjans de comunicació, possiblement la perspectiva els resulti remota. Cal admetre que qualsevol procés de canvi serà lent.

Un dels punts d'arrencada ha de ser la formació dels periodistes. Haurien d'organitzar-se debats sobre el paper dels periodistes en el tractament de les notícies de guerra. Els periodistes joves haurien de conèixer la història i les forces destructives de la 'ràdio odi' de Rwanda, així com els ideals de foment de la pau a través dels mitjans de comunicació exposats a les lleis internacionals. L'educació dels periodistes hauria d'incloure l'aprenentatge sobre el paper crític dels mitjans de comunicació en el foment de la democràcia, perquè aprenguin el paper crític del periodisme en el foment de la pau. Potser els periodistes que entrin en el camp dels esports traslladin el sentit de la responsabilitat a una comunitat més àmplia. Potser comprenguin que el periodisme de pau no és el mateix que la propaganda.

Indubtablement, els imperatius comercials dels mitjans de comunicació i del periodisme creen normes institucionals molt resistents al canvi. És fonamental, en aquesta tasca de promoció de la pau a través dels mitjans de comunicació esportius, el treball de les mateixes organitza-

cions de pau per localitzar i explotar els espais per al discurs per tal de poder fomentar una cultura de la pau. Ara com ara, aquesta mena de grups no han considerat els esports com un 'espai' per al desenvolupament del discurs a favor de la pau. De tota manera, com que els mitjans de comunicació confien cada vegada més en fonts externes per a les seves històries –tant en notícies com en esports–, es presenta una oportunitat excel·lent per exposar històries relacionades amb l'esport que desenvolupin les tasques ja esmentades d'enquadrament, humanització, concessió d'estatus, ritualització i creació d'estat d'ànim. Els activistes per la pau han de veure en l'esport un lloc apropiat, com a espai per al discurs, per fomentar de forma activa la pau.

Alhora, els grups pacifistes podrien pressionar els anunciants en els esdeveniments esportius perquè, de forma regular, incorporin algunes de les estratègies ja esmentades. De fet, alguns patrocinadors dels Jocs Olímpics ja utilitzen alguns d'aquests temes de 'pau i amistat entre les nacions'. Mentre els estudiosos critiquen obertament els patrocinadors per apropiarse dels valors olímpics per als seus objectius comercials, potser hauríem de reconsiderar la qüestió i tractar de fer-nos una sèrie de preguntes. Serveixen els anuncis amb temàtica esportiva i de pau, per al foment d'una cultura per a la pau?

Conclusió

Tal com hem anat mostrant, ni els mitjans de comunicació ni l'esport són més causa de pau que de guerra. Fet i fet, l'esport en els mitjans de comunicació pot oferir un tipus d'espai per al discurs amb el qual es pot construir, a poc a poc, un estat d'ànim de pau, utilitzant les estratègies d'humanització, enquadrament, ritualització i concessió d'estatus, descrites abans. Tot plegat, indubtablement, s'ha d'esdevenir en un context més ampli de canvi, que inclou canvis tan fonamentals com la des-

* Es tracta d'una tradició olímpica que no s'esmenta a la Carta Olímpica.



militarització de la societat i de l'Estat, l'augment de la transparència i la creació d'un públic més atent als temes i notícies internacionals (Bruck i Roach 1993). De tota manera, hi ha raons per creure que, amb l'esforç conjunt dels formadors de periodistes i de les organitzacions propau, els mitjans de comunicació esportius poden desenvolupar, totalment o parcialment, un espai per al discurs que contribueixi a una cultura de la pau.

Bibliografia

- Arno, A. (1984). The News Media as Third Parties in National and International Conflict: Duobus Litigantibus Tertius Gaudet. A A. Arno i W. Dissanayake, *The news media in national and international conflict. A Westview Special Study* (pàgs. 239-258). Boulder, CO: Westview Press.
- Bruck, P. i Roach, C. (1993). Dealing with reality: the news media and the promotion of peace. A C. Roach, *Communication and Culture in War and Peace* (pàgs. 71-96). Newbury Park, CA: Sage Pub.
- Crowther, N. (1999). Sports, Nationalism and Peace in Ancient Greece. *Peace Review* 11(4), 585-589.
- Davison, P.W. (1974). *Mass communication and conflict resolution; the role of the information media in the advancement of international understanding*. New York: Praeger Pub.
- Frederick, H. (1993). Communication, Peace, and International Law. A C. Roach, *Communication and Culture in War and Peace* (pàgs. 216-251). Newbury Park, CA: Sage Pub.
- Galtung, J. (1993). Preface. A C. Roach, *Communication and Culture in War and Peace* (pàgs. xi-xii). Newbury Park, CA: Sage Pub.
- Hackett, R. A. (1991). *News and dissent: The press and the politics of peace in Canada*. Norwood, NJ: Ablex Pub. Corp.
- Holguin, L. M. (1998). The media in modern peacekeeping. *Peace Review* 10(4), 639-646.
- Howard, R. (2002). Keynote address. A Netherlands Association of Journalists, *The Role of the Media in Conflict Prevention and Peace Building: Report of a Seminar* (pàgs. 23-31). The Hague: The Netherlands Association of Journalists.
- Jerome, N. W. (1999). Communicating peace and social justice through families, worldwide. *International Journal of World Peace* 16(1), 65-76.
- Kyröläinen, H., i Varis, T. (1981). Approaches to the Study of Sports in International Relations. *Current Research on Peace and Violence* 4(1), 55-88.
- Malone, M. (1994). Soccers great goal (cultural harmony through sports). *Americas* 46(3), 64.
- Manoff, R. K. (2002) Role Plays, potential media roles in conflict prevention and management. A M. van Geelen, *The Role of the Media in Conflict Prevention, Conflict Management and Peace Building* (pàgs. 37-39). The Hague: The Netherlands Assn. of Journalists.
- Roach, C. (1993). Information and culture in war and peace: an overview. A C. Roach, *Communication and culture in war and peace* (pàgs. 1-40). Newbury Park: Sage Pub.
- Seppänen, P. (1982). The Idealistic and Factual Role of Sport in International Understanding. *Current Research on Peace and Violence* 5(2-3), 113-121.
- Shinar, D. (2000). Media diplomacy and "peace talk": the Middle East and Northern Ireland. *Gazette: the International Journal for Communication Studies* 62(2), 83-97.
- Tehrani, M. (2002). Peace journalism: negotiating global media ethics. *Harvard International Journal of Press/Politics* 7(2), 58-83.
- Wolfsfeld, G. (2003). Media, Conflict, and Peace. A P. J. Maarek, i G. Wolfsfeld, *Political communication in a new era: a cross-national perspective* (pàgs. 139-156). London: Routledge.