

Introducció

El futbol és una activitat humana governada per un conjunt de regles, que té un paper molt important en la configuració de la identitat política i nacional dels individus. Gràcies a l'acció amplificadora dels mitjans de comunicació esdevé un modalitzador de la ideologia del grup social.

En aquest treball analitzarem els *colour commentaries* i el *play-by-play mode* del partit Barcelona FC - Reial Madrid,¹ que va tenir lloc al Camp Nou la primavera de l'any 1997 i que va ser emès per Catalunya Radio (CR) i la COPE (CO).

Podem dir que dues perspectives culturals palesen dues visions diferents de la mateixa realitat? Com descriu cada comunitat lingüística les altres?

Per aconseguir donar una resposta a aquests interrogants partirem del convenciment que el partit de futbol és un «fet indicador» (Silverstein, 1992), és a dir una conducta social observada o experimentada, un saber cultural susceptible de formar part de la ideologia del grup.

Orientacions per a la interpretació de les dades

Definirem el gènere comunicatiu a què pertany el nostre corpus segons la teoria de Günthner i Knoblauch (1995). Aquesta considera els gèneres com expressions típiques de l'experiència humana que

permeten la classificació de les pràctiques verbals de la comunitat, transmeten i tradicionalitzen les experiències inter-subjectives i esdevenen el resultat de la ritualització de les accions socials. En el nostre cas ens enfrontem amb un ritual molt solidificat, que engloba una experiència col·lectiva previsible: un partit de futbol. Però, a més, ens trobem que qualsevol Barça- Madrid no és un partit com un altre, és un *derbi*. La rivalitat entre els contrincants i els seguidors respectius és més forta que en els altres partits. Es tracta, en definitiva, d'un partit marcat, que va més enllà dels límits esportius.

Normalment, en el discurs futbolístic, la funció predominant no coincideix amb l'objectiu individual i col·lectiu dels qui participen en el joc. Mentre que la funció manifesta² és la narració de les accions dels protagonistes actius i passius implicats, l'objectiu col·lectiu i individual, la funció latent és la diferenciació dels altres i la jerarquització dels grups (els millors, l'últim, el líder...)³.

Dels tres nivells estructurals que Günthner i Knoblauch postulen per a cada gènere i que defineixen com a models complexos d'elements —l'intern, el situacional i l'extern—, n'estudiarem sobretot els dos últims.

El nivell intern.— Del primer apartat tindrem en compte només el següent: a) el

*Aquest treball va ser presentat en el 6è Congrés Internacional de Pragmàtica, Reims 1998. I ha estat elaborat gràcies a un ajut a la investigació de la DGES, PB-95-0678, i dins del grup *Llengua i mèdia* de la UAB, que dirigeix la Dra. A. M. Torrent.

1. Aquest partit va ser seguit per onze milions d'espectadors a Espanya, i tenia 200 milions de seguidors televisius potencials al món. Segons Kuiper (1996), el «*colour commentary*» és el text produït per un comentarista complementari; en canvi el «*play-by-play mode*» apareix només durant el partit, i es limita a explicar allò que passa al camp.

2. Seguim la diferenciació que fa Merton entre funció manifesta i funció latent de les pràctiques socials, i que ens explica Silverstein (1992b, 315).

3. És molt important que el nostre equip guanyi, perquè la nostra pertinença a un grup té justificació si aquest afavoreix els aspectes positius de la nostra identitat social. I la pau social serà un fet si els éssers humans estan contents amb el seu destí. És per això que els governs agafen l'esport organitzat com un element cabdal a l'hora de reforçar el sentiment nacional. Pensem, per exemple, en la lluita actual per les seleccions catalanes.

framing del gènere comunicatiu (ficció, ironia, broma, irrealitat, realitat...), el discurs futbolístic és un gènere en què l'emissor parla de les accions dels jugadors; b) el *footing*⁴ (la relació entre els interlocutors, les estructures pressuposades sobre la participació en els esdeveniments lingüístics), en el nostre cas, és completament unidireccional, ja que el receptor mediàtic no pot modificar el discurs del professional ni participar activament en l'intercanvi; c) l'especificitat del medi, el dels mitjans de comunicació, concretament de la ràdio; per tant, amb un discurs oral que no té el suport de la imatge, espontani però estandarditzat.⁵

El nivell situacional.— Aquest segon apartat ens mena a estudiar el *fenomen ritual* i les seves característiques. De primer, hem de remarcar que durant el partit tenen lloc vuit interaccions superposades:

—La interacció 1 (entre els membres dels equips). No permet ni les paraules ni les agressions. S'ha de limitar a ser gestual.⁶ Amb tot, és la menys mediatitzada, la més personalitzada. Necessita, això sí, un lloc social predeterminat, un espai ritual —el terreny de joc—, una legitimació dels jugadors i un seguit de regles d'actuació que afavoreixin la ritualització de les accions. CR, per exemple, s'hi refereix així,

«Cap jugador no ha parlat amb els seus rivals».

—La interacció 2 (entre els jugadors i l'àrbitre). Està regulada, permet paraules i alguns gestos molt espectaculars, però tan

4. Segons la terminologia de Goffman (1979).

5. El nivell intern pot analitzar també els elements verbals i prosòdics, els gestos, el vocabulari, l'organització dels mots, les construccions sintàctiques, els connectors, les figures retòriques, la *dispositio*, els jocs amb el temps, el *scenario*...

6. Gestual, amb moviments del futbol, però també amb altres moviments que no pertanyen explícitament al joc, gestos que són sobretot expressius.

sols aquells que pertanyin al món del futbol. Tots els altres signes estan prohibits i són penalitzats. Malgrat la forta constricció a què està sotmesa, aquesta interacció esdevé agressiva molt sovint. A més, necessita un marc institucional esportiu, de la FIFA o la UEFA, més ampli que el de l'Estat i la nació. Les regles que hi dominen recorden les del teatre clàssic, molt senzilles, però que treballen amb la incertesa del resultat final. Això en diu CO:

«Roberto Carlos dice que no quiere lanzar el córner.»

—La interacció 3 (entre l'entrenador i els seus jugadors). Mentre el partit funciona pot estar formada per un conjunt de signes gestuals que tots ells reconeixen. És evident, però, que de vegades no en tenen prou i l'entrenador ha de recórrer a estrafer la veu al màxim enmig de la cridòria general. La comunicació que manté l'entrenador amb els jugadors de la banqueta queda completament al marge de l'abast dels mitjans i els espectadors. En canvi, si el realitzador ho creu oportú, qui controla millor les expressions dels entrenadors són els espectadors televisius.

«L'entrenador Capelo s'empipa.»

—La interacció 4 (entre les grades i tots els qui són al camp —àrbitre i jugadors). És un diàleg molt complicat. Entre el públic i el terreny de joc està constituït sobretot per mots aïllats —insults i exclamacions en general— i per elements paralingüístics, com sorolls o xiulets. Des del camp a les grades, en canvi, només està format per alguns gestos molt visibles. Les dimensions grans de la instal·lació esportiva fan possible la concentració d'un gran nombre de persones, que comparteixen un sentiment de grup quasi animal, irracional. A més, les grades són un lloc simbòlic, les zones Est o Oest, Nord o Sud mostren la integració dels individus en els seus grups esportius, però també en la societat de fora

de l'estadi. Una referència a aquesta interacció és:

«El públic xiula.»

—La interacció 5 (de les tribunes cap als dirigents de la llotja presidencial i l'entrenador del propi equip). Aquesta interacció es tradueix en xiulets, quan les personalitats entren a la llotja presidencial o en pancartes amb mots que al·ludeixen a la seva activitat. Normalment inclou una crítica a les decisions preses pels qui regeixen el club, és un manera de fer arribar l'opinió dels qui no gestionen. El cartell d'uns seguidors barcelonistes sentenciava:

«Hristo sempre.»

—La interacció 6 (entre els cronistes dels fets i el públic de la ràdio o la televisió, que no és a l'estadi). És una interacció com-pletament unidireccional però molt sim-bòlica, en què el professional dels mitjans té tot el control sobre el missatge. Inclou les referències a les interaccions 1, 2, 3, 4 i 5. Normalment el locutor està a favor d'un equip i en contra de l'altre i les seves paraules són escoltades pels propis seguidors a casa o a la feina, però rarament pels adversaris. Això fa possible un cert grau d'agressivitat en el llenguatge. Per al nivell simbòlic de l'encontre, és fonamental el fet que CR —partidària del Barcelona— faci la retransmissió en català. Les dues cadenes s'adrecen a dues comunitats diferents lingüísticament i sociolingüísticament: una, la dels seguidors del Madrid, és monolingüe; l'altra, la dels seguidors del Barça, bilingüe. Aquesta darrera, però, per presentar-se com a grup, escull la llengua que la identifica millor per raons històriques i polítiques, aquella que no és compartida per l'adversari.

—La interacció 7 (dels especialistes i les autoritats amb els mitjans). La componen un reguitzell de declaracions sobre els fets futbolístics més diversos (fitxatges, preparació,

actuació, arbitratge, forma física dels jugadors...), com

«Maragall ha dit que és un bon partit».

Després del joc, quan ja s'han tancat les portes de l'estadi i tothom és fora, hi ha encara una darrera possibilitat comunicativa:

—La interacció 8 (entre els seguidors de tots dos equips). Comença tan bon punt el partit acaba i pot durar dies. Té lloc a la feina, a casa, entre els amics. Ni està regulada, ni té un espai ritual, ni gaudeix de normes pròpies més enllà de les conversacionals. L'activitat verbal hi serà sobretot metadiscursiva, s'hi debatran les descripcions de les accions dels jugadors, el paper dels àrbitres i els directius, i els comentaris dels esportistes, periodistes i directius.⁷

De l'anàlisi de les vuit interaccions podem deduir fàcilment que el discurs generat pel partit no està controlat del tot ni pels participants ni pels qui el segueixen. Són els professionals dels mitjans els qui seleccionen i dominen les enunciacions. Per al nostre objectiu la interacció sisena és la més important, ja que és aquella on la ràdio té un paper més destacat.

Entre les característiques pròpies dels fensmens rituals que podem aplicar al discurs del futbol hi ha la presència dels segments d'obertura i tancament de la retransmissió i l'organització interactiva dels comentaristes.

Segons Silverstein (1992), si volem descriure els actes rituals hem d'explicar la manera com les ideologies articulen els valors semiòtics dels *indicadors*. El ritual és

7. Tajfel (1981, 278) considera intergrupals les relacions que tenen lloc en una situació independent de les diferències individuals (grup polític, sexe, edat, classe social, religió...) i dels objectius temporals dels individus abans, durant i després de l'encontre. Els membres del grup juguen d'una manera uniforme en relació amb els altres i se'ls veu com éssers indiferenciats dins d'una categoria social indiferenciada. Aquest tipus de relacions és el que es dona entre els seguidors dels equips futbolístics o entre els bàndols d'una guerra.

un lloc d'un valor altament ideològic. Hi podem articular una ideologia que tingui efectes en la pràctica social dels qui hi participen. Concretament, en el futbol, ens trobem amb un ritual de sentit magi-coreligiós,⁸ en què l'agressivitat i la seva canalització tenen un paper cabdal.⁹ Brown i Levinson¹⁰ ens recorden que:

«El problema de qualsevol grup és dirigir l'agressivitat pròpia canalitzant el potencial d'agressió que hi ha en el control social intern i, sobretot, en les relacions competitives amb els altres grups.»

En les societats més controlades la macroagressivitat social amara el micronivell discursiu. Hi veurem sovint agressions tràpiques, és a dir, utilitzacions lingüístiques que fan que les enunciacions posseeixin qualitats agressives implícites i no pas directes. Només la competència metapragmàtica dels parlants permetrà qualificar aquestes enunciacions d'agressives.¹¹

8. DeFrance (1995, 62) creu que el partit és un ritual religiós, perquè representa una ruptura amb allò quotidià, té un marc espacial i temporal, una repetició i una codificació de les pràctiques, una efervescència emocional, una densitat simbòlica, un drama de sacrifici, una posada en escena i episodis i epíflegs ritualitzats. L'aspecte religiós esdevé, de vegades, explícit. Així, el FC Barcelona ofereix tots els trofeus a la patrona de la ciutat i el seu *staff* passa en pes per la seva basílica, encara que la societat catalana estigui força laïcitzada.

9. No podem oblidar que, segons alguns autors, el futbol va ser pensat per les elits aristocràtiques com un mitjà per a canalitzar l'agressivitat de les classes populars. L'esport era una manera de racionalitzar la vida social en el món industrial. Avui en dia les elits socioeconòmiques mantenen la mateixa idea. I com que, cada vegada més, els ciutadans del primer món tenim més temps lliure, podem predir un futur molt bo per a les activitats esportives. Al seu paper identificador hem d'afegir l'integrador, molt útil per als grups no socialitzats. Anar al futbol esdevé una pràctica social que dóna forma a una crònica de la identitat del *self*, del jo. Pensem, per exemple, en els *skin heads*, que troben un motiu aglutinador en el seguiment abrandat de diversos equips de futbol.

10. Penelope BROWN i Stephen C. LEVINSON, *Politeness. Some Universals in Language Usage* (Cambridge, Cambridge University Press, 1978), p. 1.

11. Sobretot a partir de les categories bonorífiques (Agha 1997, 464).

Per a comprendre ben bé la naturalesa del ritual futbolístic ens pot ser molt útil analitzar els dos segments que l'emmarquen: l'*obertura* i el *tancament* del partit. A primer cop d'ull ja trobem que aquests estan dominats per les referències a la violència i a uns altres equivalents seus més temperats: els nervis. En l'obertura, entre els entrevistadors i els entrevistats, trobem:

«¿Cómo están los nervios?»

«Suerte para su corazón y que no sufra mucho.»

En el tancament:

«De momento hay deportividad entre los jugadores.»

«El que no m'ha agradat ha estat la violència.»

«Hemos sido superiores al Real Madrid, al Madrid se le ha permitido la violencia.»

En aquest sentit és interessant de constatar que, mentre evoluciona el partit, CR segueix els jugadors lesionats, fins i tot fora del camp. Cada lesió és una demostració de l'agressivitat de l'adversari, cal seguir-li les accions i controlar-les per a poder-lo desqualificar.

En els segments inicial i final de la retransmissió també comprovem el recurs a l'espectacularització de les accions mitjançant la universalització —sobretot per part de CO.

«La liga española es la mejor del mundo.»

«Ha llegado el gran día, el día en que los eternos rivales se cruzan.»

«Es uno de los partidos que los verá todo el mundo.»

«Desde Alemania a los Emiratos árabes,

desde Venezuela a Australia, desde Chile a Israel, desde Holanda a Colombia, TODOS ponen los ojos en el fútbol español.»

La cadena catalana, a la vegada, diu:

«Falten NOMÉS tres minuts perquè s'aturi el món.»

«Aquest partit el retransmeten un grapat de cadenes de TV.»

Podem observar que el nombre de referències a les nacions-estat està completament desequilibrat, a favor de la cadena de Madrid.

Per aconseguir aquesta espectacularització d'un fet tan repetit i, sovint, monòton, les ràdios recorren a un seguit de recursos:

a) La referència al nombre de seguidors que hi ha a l'estadi:

«Creo que estamos en el llenazo más grande de TODA la historia del Camp Nou. MÁS DE 150.000 aficionados.»

«L'ambient és extraordinari. Hi ha una gran presència de públic.»

«El nombre d'aficionats és altíssim. El ple avui està assegurat.»

«No es distingeix cap lloc buit a l'estadi.»

b) La referència als milions de pessetes que costa el partit i als diners que s'hi poden guanyar:

«Avui hauríem omplert el calaix si tot fossin entrades de pagament.»

«CINCUENTA Y UN MIL millones [de fitxatges] sobre el césped.»

c) La simbolització col·lectiva, que en aquest partit apareix sobretot en el costat català, amb paraules com:

«Avui ve el Madrid. I ja se sap, cada

vegada que el Barcelona juga contra el Reial Madrid el futbol passa a ser una qüestió d'Estat.»¹²

A causa del caràcter excepcional del partit, el grup social que representa el Barça escull una actuació d'autodefinició inclosa del tot en el nivell simbòlic: el desplegament d'un gran mosaic amb els colors del Barça i de la senyera, que rebrà comentaris ben diferents segons quina sigui la cadena que retransmeti. CR en diu:

«Tot el gol Nord de l'Estadi és un immens mosaic blaugrana que en aquest moment que —atenció els que vegin el partit per televisió, segons ens han dit els organitzadors del mosaic, d'aquí a un moment canviarà aquest color blaugrana per les QUATRE BARRES. Aproximadament ARA hauria de canviar aquest color per les quatre barres, aquí a la graderia Nord de l'estadi. La cosa s'està produint en aquest moment i en efecte diríem que gairebé d'una manera màgica el blaugrana ha estat canviat pel color de les quatre barres catalanes a la graderia Nord de l'estadi del Barça... Capelo s'ho mira amb placidesa, també Robson».

No en tenim prou amb la màgia per a explicar la identificació entre els colors d'un equip, com el Barça, i els colors d'un país, com Catalunya. Ens cal un grau d'ideologització de la pròpia identitat i dels signes identificadors. Per veure com s'implanta aquesta identificació és molt il·lustrativa la reproducció del que deia el president de la Generalitat en la presentació del cartell del centenari del Barça:¹³

«En el cap i en el cor de la gent, el Barça és això, és Visca el Barça, Visca Catalunya. Ha agafat un simbolisme, una identificació que no es pot deixar de banda, no es pot

12. D'Estat espanyol, evidentment. L'Estat català és només una idealització, una utopia.

13. En el programa *Tot l'esport* del 17 de febrer de 1998.

anul·lar, que afecta molts, moltíssims, moltíssims catalans. I, a més, tota mena dels sis milions de ciutadans que som a Catalunya, molts, moltíssims, sigui quin sigui el seu origen, la seva condició, la seva llengua habitual, etcètera, etcètera, VISCA EL BARÇA, VISCA CATALUNYA.»

La referència a la racionalitat i als sentiments justifica una identificació total i el paral·lelisme universalitzat i ideologitza el nombre de persones. TV3, mitjà de comunicació que té un paper molt actiu en el manteniment d'aquesta identificació, resumia el fet d'aquesta manera:

«El binomi Catalunya-Barça és INSEPARABLE. O el que és el mateix, no es pot pensar en un Barça sense Catalunya o en una Catalunya sense Barça.»

En canvi, davant del mosaic, la ràdio de Madrid afirmava tan sols:

«*SALTA EL REAL MADRID, con HIERRO a la cabeza. Sonido ambiente. El público recibe al líder del campeonato y el gran rival del Barcelona con un mosaico en la grada. Atención, por primera vez se VA A VENIR ABAJO el estadio del Camp Nou. SALTA EL BARÇA.*»

Sense fer cap referència a la representació simbòlica que el grup adversari volia transmetre. D'alguna manera, no verbalitzar-la implicava no reconèixer-la.

Per continuar amb l'anàlisi del ritual futbolístic, també és interessant observar l'organització interactiva dels comentaristes durant el partit. Hi ha una diferència considerable entre la distribució dels *play-by-play mode* i dels *colour commentaries* de les dues cadenes. CR fa els *colour commentaries* sobretot abans de l'encontre. Hi fa col·laborar dirigents del Barça i del Madrid, polítics en actiu, i un jugador de l'equip rival. Quan el partit comença, el periodista Joaquim Maria Puyal explica sobretot allò que passa sobre el terreny de

joc i a les grades. Tots els comentaris dels col·laboradors li completen el discurs. És interessant remarcar-hi, com ja hem dit, la presència d'explicacions dels metges després de cada lesió.

CO, en canvi, té una estructura més dialògica durant tota la retransmissió. El comentarista principal, José María García, no fa el *play-by-play*. Tota l'estona manté converses amb especialistes, entre els quals cal destacar el seleccionador de l'equip d'Espanya en aquell moment.

Un altre aspecte que podem estudiar en el nivell situacional, a més del ritual, és el *status dels participants*, la manera com aquests són considerats, «com un membre de», per exemple, l'equip del Barcelona FC, l'equip del Reial Madrid, el gremi arbitral, els seguidors del Barça, els seguidors del Reial Madrid, els oients de CO, els oients de CR, el gremi dels periodistes, el grup d'experts (entrenadors, metges, exjugadors...) i els catalans o els espanyols.¹⁴

El partit de futbol presenta una microecologia —situació espacial, temporal i social dels participants— molt clara. És el que anomenem una «ocasió social»,¹⁵ una acció estructurada i institucionalitzada en el temps i en l'espai. Però la seva retransmissió també gaudeix d'una microecologia pròpia, que presenta els trets següents:

a) La presència d'un professional conductor cèlebre, una estrella de la comunicació (Joaquim M. Puyal a CR, José M. García a CO). Fet que legitima enormement els discursos que s'hi construeixen.

b) La superació del període temporal que limita el joc futbolístic. La retransmissió comença mitja hora abans de l'inici del partit, o una hora si aquest s'ho val, i sovint

14. Generalment, els seguidors del Barça són identificats amb el grup cultural dels «catalans», grup que té unes dificultats molt grans a l'hora de situar-se o de ser considerat dins dels espanyols, culturalment parlant. Això en fa més important i més problemàtica la definició de la identitat.

15. Segons Günthner i Knoblauch (1995).

es prolonga més enllà del moment en què l'àrbitre en xiula el final.

c) El suport d'un equip més o menys nombrós d'especialistes, la selecció dels quals és força significativa en cada cas.¹⁶

El nivell extern.— Aquest nivell afecta, segons Günthner i Knoblauch, els elements següents: els medis comunicatius,¹⁷ la selecció dels autors i la distribució institucional dels gèneres. En un partit de futbol ens trobem en un *medi ètnic*, amb un grup d'actors comunicatius immersos en ocasions socials que tenen lloc cada setmana, any rere any. Hem de destacar-hi el fet que els locutors siguin sempre homes, no hi ha cap dona en acció. Al nostre parer, es tracta de la *construcció del poder social*: només els homes poden parlar, només ells tenen veu grupal. Kuiper (1996) afirma que mentre que les dones tenen papers significatius en algunes tradicions orals, en canvi, són bandejades de qualsevol realització formal de la tradició oral pública. És possible que no arribin a entrar en el futbol perquè no troben un home que les hi introdueixi o perquè els oients estan habituats a veus masculines.

Amb el discurs de l'esport construïm la masculinitat. A més de la selecció dels parlants en funció del sexe a què pertanyen, verbalitzem una competició entre homes, que materialitza els ideals masculins: la força, el valor, l'agressivitat, la competència.¹⁸ DeFrance (1995, 24) remarca que els equips esportius solen estar constituïts per homes a causa del manteniment de la distribució de les tasques socials pròpia del segle passat: l'home a l'exterior, la dona a casa. Ell creu que

16. El seleccionador nacional no està comentant pas el partit des de la cadena catalana, per exemple.

17. El «medi comunicatiu» vol dir: en família, amb els amics, entre els companys d'estudi...

18. Aquests són els valors propis, juntament amb l'acció, dels homes. Però som ja al final del segle XX... Com podem explicar que l'entrada de la dona dins de l'activitat social pública no hagi canviat la distribució dels papers dins de l'esport futbolístic?

l'experiència del futbol és una etapa de la socialització masculina, sovint inacabada i que necessita rituals constantment.

A més, els mitjans en general no permeten que qualsevol parlant —encara que sigui un home— esdevingui locutor, només els professionals —periodistes, escriptors, professors, juristes...— gaudeixen d'aquesta prerrogativa. Així es limita encara més el nombre d'enunciadors potencials. Podem afirmar que hi ha, ultra la distribució sexual, una organització social derivada del status cultural i professional.

El darrer punt d'aquest apartat és la *distribució institucional dels gèneres*. Silverstein (1985, 256) ens recorda que l'estructura, com a abstracció teòrica, determina els valors d'ús pressuposats pels membres del grup. La distribució dels textos dialògics i monològics, narratius i explicatius, la distribució de les seqüències textuais en les dues cadenes, ens mostren algunes diferències. És evident que en ambdós casos la funció fonamental és la descripció de les accions que tenen lloc durant el partit —les que corresponen al *play-by-play mode*—, però aquesta és una descripció fortament modalitzada, sobretot mitjançant adjectius axiològics. CO descriu algunes accions del partit de la manera següent:

«*Banquillos tensos i expectantes.*»

«*Guerra de guerrillas en el medio campo.*»

CR ho fa així:

«*Falta descarada d'Alcorta.*»

«*Físicament és un tio molt notable, aquest Roberto Carlos.*»

I també:

«*Nadal no sap ben bé què fer*»

«*Giovanni no vol ser substituït*»

molt més enllà de les accions, amb referències a les intencions i els sentiments dels protagonistes. El to emfàtic i la repetició hi sovintegen.

Les seqüències explicatives de les dues cadenes de ràdio tampoc no s'assemblen. Mentre que a CO l'objectiu explicatiu són els dos equips i les seves característiques tècniques, com en aquesta comparació:

«*El Barça tiene más alternativas pero el equilibrio y la consistencia del Madrid son mayores*»

o en aquest segment que enfoca la conducta de l'àrbitre:

«*El árbitro no se ha hecho respetar desde el primer momento*»,

a CR el discurs és més metadiscursiu. Per exemple, els seus comentaristes es demanen què és un *offside*, què s'entén per futbol, quan podem parlar d'un *bon* partit, o quina és la teoria dels desplaçaments llargs.

«També hauríem de parlar del concepte, del que cadascú entén per futbol.»

Pel que fa a les seqüències textuais, el comentarista de CR fa fins i tot una argumentació explícita

«**JO NO CREC** que sigui un bon partit, jo crec que és un partit **BASTANT DOLENT** des del punt de vista futbolístic, el que passa és que com espectacle, com a tensió, com a clima, com a emoció això és una altra història.»

CO ens havia dit, argumentant també, el següent:

«*Es tanta la presión que no hay partido. No hay pases, no hay jugadas, no hay fútbol.*»

Pel que fa a les seqüències directives, aquestes apareixen sovint en els discursos de totes dues cadenes. Adreçades als oients

en el cas de CO:

«*Hay que ponerse en el pellejo del árbitro*»

«*SEÑORES, aguanten expectantes, puede pasar de todo*»

i als jugadors, amb una primera persona de solidaritat, a CR:

«Hauríem de fer circular més de pressa la pilota»

«Hauríem de fer el contraatac ràpid»

«Hauríem de marcar un segon gol, NOIS!»

La ideologia metapragmàtica

La ideologia, en general, és un esquema d'interpretació de la realitat. Caracteritza els grups i les societats. Esdevé una racionalització que desnaturalitza les pràctiques socials. Com que el llenguatge mateix és un fet indicador, una semiòtica social, podem parlar d'*ideologia lingüística*. Per a Silverstein (1992), aquesta ideologia treballa en diversos camps lingüístics, en diverses activitats socials importants per a l'ús lingüístic; per exemple, ens ajuda a interpretar fets indicadors com els textos.

A més, emmagatzema el conjunt d'idees compartides pel grup respecte de l'ús lingüístic: les actituds metalingüístiques, les lleialtats, els valors, els prestigis, les estigmatitzacions, les creences, els estàndards, les estètiques, les hegemonies...;¹⁹ i també respecte de l'estructura lingüística: quin so és d'un codi lingüístic i quin no, quin ordre dels elements dins d'una frase no és marcat i quin és emfàtic, quina derivació és adequada i quina no... Gràcies a la ideologia lingüística els qui parlen poden contextualitzar els textos.

Qualsevol fenomen metapragmàtic

19. Segons Woolard (1992, 236).

estableix una relació entre la llengua i la praxi sociocultural. I un text qualsevol, posat en funcionament, és un discurs metapragmàtic dels esdeveniments que representa (Silverstein 1993, 35).

Les ideologies metapragmàtiques ofereixen també perspectives i posicions pressuposades i compartides, sobre els membres del grup i sobre els interessos comuns (Silverstein 1992, 315). Per exemple, Holt (1990) pensa que els mitjans de comunicació han provocat rutines discursives i tradicions en relació amb les dimensions nacionals i polítiques de l'esport.²⁰

Tot i que, segons Woolard (1992), la ideologia és el discurs social conscient, és a dir totes les coses conscients que es poden dir en una societat, també és veritat que les implicacions que se'n poden derivar són també ideològiques.

Els àmbits on tenen lloc els rituals, com els partits de futbol, els lliuraments de premis o les sessions parlamentàries, construeixen la seva pròpia metapragmàtica, la seva ritualització de l'ús lingüístic (Silverstein 1992, 321).

Les atribucions discursives.— Una manera de veure com es materialitza aquesta metapragmàtica del partit de futbol és analitzant les atribucions discursives que inclou la seva retransmissió.

Les atribucions discursives corresponen a la manera de comprendre les raons de les accions pròpies i d'altri, i el motiu pel qual determinats fets tenen lloc. Per resoldre tots els problemes que la realitat ens planteja

20. En el nostre cas, l'exemple que ens dona Gal (1992) és molt pertinent: des del punt de vista ideològic podem tenir dos conceptes de nació, el del grup 1, que creu que la nació és una relació cultural entre els subjectes i l'Estat, fonamentada en un acord polític; i el del grup 2, que creu que la nació és una unitat cultural compartida. Per als primers la utilització d'una llengua única en els discursos institucionals és fonamental per a possibilitar la comunicació de l'Estat amb tots els seus ciutadans. Per als segons, la llengua comuna és fonamental com a mitjà d'expressió de l'esperit del grup, com a signe de pertinença a aquest.

en construïm una versió atribuïda. És un fet que les atribucions discursives apareixen sobretot quan les coses no van del tot bé.

Amb la reiteració de les atribucions construïm estereotips, imatges mentals simplificades dels altres, de les institucions i dels esdeveniments.²¹ Els prejudicis apareixen ben aviat per afavorir la nostra adaptació al medi, per permetre'ns l'assimilació de les categories i dels grups socials, per facilitar-nos la identificació dels objectes, en un món en canvi constant. I ens ajuden sobretot quan hi ha un risc d'indiferenciació entre nosaltres i els altres.²² Cada atribució comporta assumpcions, implicacions, pressuposicions, associacions. Com que cada diferenciació lingüística té la seva correlació en una diferenciació social, pot ser interessant repassar-les una a una.²³

En el corpus podem veure que les atribucions treballen a tres nivells:

(a) Les nominacions²⁴ dels protagonistes individuals de les accions esportives.

(b) Les nominacions dels equips, dels adversaris.

(c) Les referències a les accions pròpies i dels altres.

(a) El primer nivell correspon a les fórmules adoptades per individualitzar els jugadors. Normalment, utilitzen el lloc de naixement. Però mentre que CR fa servir solament la referència al país, CO és més rica en recursos i juga amb la pertinença a tres camps semàntics: els estats,²⁵ les ciutats²⁶

21. Tajfel (1981, 171) ens dóna una definició dels estereotips.

22. En el nostre cas, entre els espanyols no catalans i els catalans.

23. Shi-xu (1994) ens dóna diversos efectes que podem obtenir mitjançant les atribucions discursives: la neutralització de la infravaloració de l'altre, la prohibició de la seva valoració negativa, l'expressió de l'admiració envers ell, la crítica de la pressió social exercida sobre nosaltres mateixos, l'increment i la separació de les identitats culturals dels grups i dels subgrups i la reorientació de les accions culturals gràcies a la proposició de símptomes de contrast.

24. Anomenar és una manera d'atribuir una propietat fonamental als elements referits.

25. Itàlia, Portugal, Brasil, Bulgària, Argentina.

26. Savona, Manacor, Bilbao, Colònia, Malaga,

i els països.²⁷ Mai no hi sentim, però, els mots *basc* o *atalà*, és a dir les referències a les nacions o a les comunitats sense Estat integrades en l'Estat espanyol, encara que hi hagi jugadors amb aquestes identitats culturals. Podem pensar que en aquests casos la nominació podria tenir connotacions perilloses en una confrontació que vol ser pacífica. Amb tot, no hem d'oblidar que un d'aquests grups es presenta a si mateix com el representant d'una nació sense Estat. Al cap i a la fi, l'eslògan del Barça és:

«El Barça és més que un club.»

Frase que té un seguit d'inferències, d'implicacions conversacionals, segons la terminologia de Grice:

- +> nosaltres no som com els altres
- +> els altres només són clubs esportius
- +> el Barça és un club particular
- +> el Barça és quelcom més fort, més important que un club esportiu, identifica els seus membres d'una manera essencial
- +> el Barça és el representant d'un país, d'una cultura, d'una nació.²⁸

En el discurs de les retransmissions esportives s'evita gairebé sempre la infravaloració i l'avaluació negativa de l'adversari, però a CO es recorre a alguns estereotips:

*El cancerbero*²⁹ *teutón* (Illner)

La réplica de la catedral de Colonia (Illner)

*El corsario*³⁰ *portugués* (Figo)

Roberto Carlos, sens dubte l'estrella

Sao Paulo, Ipanema.

27. Cantàbria, Astúries, Sèrbia, Montenegro.

28. Reforçat pel crit de guerra que hem comentat abans: «Visca el Barça, Visca Catalunya», que es pot llegir fàcilment com: «Si viu el Barça, viu Catalunya.»

29. Guardià amb molt de zel teutó.

30. Pirata autoritzat pel seu govern.

del partit, rep moltes nominacions. Per exemple:

*El morenito*³¹ *de color caoba*

El pelao d'Ipanema

amb referències eufèmiques al color de la seva pell i als seus cabells.

(b) En l'apartat de les nominacions dels equips,³² les cadenes usen recursos una mica diferents per anomenar els rivals. Per a CR, el Madrid és

el equipo de Lorenzo Sanz (el president)
el equipo de Capelo (l'entrenador)
el equipo de la capital española (la capital de l'Estat)
el adversario (el paper interactiu)
el equipo que busca el partido nulo o la victoria (la funció social)

Per a CO, el Barça és:

un equip diferent del Real Madrid (la diferència al poder)
el segon (la posició en el campionat)
el rival més directe en un país com Espanya

La qual cosa ens fa inferir que:

- +> Espanya és un país especial
- +> el Madrid té altres rivals directes

31. Les paraules clivellades de què parla Kuzar (1997) mostren la relació entre la part estable del significat i la part inestable. Són clivellades perquè estan dividides entre el *sens* i el *thème*. El significat és reproduïble, estable en totes les situacions, és el significat habitual del mot. El tema, en canvi, és el significat ocasional, singular, que no pot ser reproduït, que juga amb elements lingüístics i elements no lingüístics. Aporta una avaluació, una valorització. Si apliquem aquest concepte al mot 'morenito' podem separar

el significat de *morenito* = de color morè, de bronze

el tema de *morenito* = jove, amb moviment, alegre, àgil...

32. En els esports d'equip, el *jo* (primera persona) s'esborra davant el *nosaltres*, *nosaltres* els seguidors del Barça, *nosaltres* els seguidors del Madrid. El *jo* esdevé un *jo* relacional, un participant d'un

+> el Barça és el rival més directe perquè Espanya és com és.³³

Per anomenar el Barça, els comentaristes de CR —que en són partidaris— utilitzen les paraules *Barça / el Barcelona / el Futbol Club Barcelona / la formació barcelonista*, sense cap menció a la seva activitat o la seva posició.

En canvi, CO marca notablement la posició de l'equip en relació amb els altres: *El primero / el equipo que normalmente está a la cabeza del campeonato / el líder del campeonato / el gran rival del Barcelona* (el seu paper fonamental).

Aquesta tendència de CO a definir-se en relació amb els adversaris es projecta en un seguit de comparacions, com:

«Las defensas son bastante parecidas.»

«No diré que el Barça es más anárquico pero es más atacante.»

(c) Pel que fa a les atribucions de les accions, aquestes operen al llarg de tot el partit. Nosaltres agafarem com a mostra dos segments discursius que es refereixen als mateixos fets, els que tenen lloc després del minut 24. Un jugador del Reial Madrid, Roberto Carlos, ha lesionat Nadal i Giovanni, jugadors del Barça. CO diu:

«J.M. El partido se ha embarullado. Está mucho más espeso. No está claro, ni tan franco, ni tan abierto.»

«V.El partido se ha puesto un poco más

esdeveniment social. Gergen (1991, 49) parla de les tecnologies de la saturació social, aquelles que participen en la segmentació del propi jo, que fan que el jo sigui la suma de diverses entitats parcials (soci del club x, seguidor de l'equip y, consumidor del producte z...). A més, en les relacions intergrupals cada membre del grup qualifica la conducta dels altres no pas en relació amb els personatges individuals, sinó en relació amb el grup al qual pertanyen.

33. En definitiva, que Espanya fa possible un tipus com aquest de rivalitat, a causa de la seva estructura política i cultural, o més aviat de la manera d'interpretar-la per part de Madrid.

feo. Esperemos que la tranquilidad, sobre todo en el Barcelona, que no le interesa entrar en esa guerra, nos lleve a ver el partido que de comienzo empezaba a verse bonito y bueno, no?»

«C. El público encolerizado. En la banda donde va a llegar Roberto Carlos efectivamente puede caer de todo. Pero el brasileño no se amedrenta. Llega a la banda la protección de los agentes de seguridad. Le ha caído un objeto y él dice que así no tira, que así no tira el córner.»

«J.M. OJO, que los jugadores del Barcelona se van A POR EL ÁRBITRO.»

«C. Porqué creen que es pérdida de tiempo. A ver qué va a hacer Rodriguez Martell!»

«X.C. Lo primero que ha de hacer es decirles a los jugadores que se vayan a hacer puñetas, que se aparten y que...»

(Se sent «Fuera, Fuera» al Camp Nou)

«J.M. CLAMOR EN EL NOU CAMP. Se está estropeando el partido. Y Roberto Carlos ha hecho dos entradas absolutamente temerarias.»

«C. Roberto Carlos, que aplaude a los suyos; QUEREMOS VER UN PARTIDAZO ENTRE LOS DOS ASPIRANTES AL TITULO! [...]»

«J.M. Es una pena nos estamos quedando sin partido.»

«C. No nos pueden privar del mayor espectáculo que puedan ver los ojos en el duelo más grande jamás soñado. Adjetivenlo como quieran. Los mejores equipos, la mejor liga, las mejores estrellas. [...]»

«X.C. El partido está mucho más alocao. Al Real Madrid le interesa encrespar un poco el ambiente para ver si saca un poco de tono al Futbol Club Barcelona, y perder el dominio que estaba teniendo el Barcelona.»

I CR ens explica també els fets a la seva manera:

«J.M.P. Nadal no pot continuar! Nadal no pot continuar! Nadal s'ha fet mal! Nadal s'ha fet mal! Nadal no pot continuar! Nadal no pot continuar! No hi entenc un borrall

i de lluny no puc dir res, però jo crec que la lesió és més greu que la de Giovanni. El lateral del Madrid, Roberto Carlos, amb vint minuts, s'ha carregat Giovanni i Nadal [...]. ROBERTO CARLOS és sens dubte en aquest moment, Roberto Carlos da Silva, aquest brasiler, fixat pel Madrid i que té vint-i-quatre anys, tot i que no arriba a metre setanta, ha estat l'home que fins ara s'ha convertit, amb dues entrades, una a Giovanni i una altra a Nadal, en el protagonista negatiu de la jornada [...] Roberto Carlos riu PROVOCATIVAMENT. Ai ROBERTO CARLOS QUE A MI M'AGRADAVA COM CANTAVES! Ai Roberto Carlos! Ai Roberto Carlos! Som al minut 25 de la primera.»

«M.F. Hi havia aquella que deia: “Yo quisiera ser civilizado como los animales.”»

«C. Sí, però era l'altre Roberto Carlos, eh? [...]»

«J.M.P. 27 de la primera. Estem empatant a zero. Nadal i Giovanni lesionats per Roberto Carlos. El clima del partit d'allò més elèctric. I el públic que xiula Roberto Carlos quan pica el córner. Roberto Carlos aparenta una gran fredor. Ara no vol picar el córner. ÉS UN PROVOCADOR. QUINA BARRA! QUINA BARRA! QUINA BARRA! QUE BARRUT QUE ETS NANO! QUE BARRUT QUE ETS NANO! QUE BARRUT QUE ETS! Diu que no vol picar el córner perquè li ha caigut alguna coseta des de darrere. Sembla mentida! Sembla mentida! Guardiola planta la pilota a l'àrea de córner. L'àrbitre li diu a Roberto Carlos que vagi a picar el córner. Guardiola li ha dit alguna cosa... És un BARRUT! És un provocador! No deixin d'observar aquest noi. Ara, es tomba cap al públic. Colpeja, amb la punta de les botes el límit. Separa un agent de polcia que hi ha al seu costat. Separa un cordó de la televisió que hi ha per terra, finalment pica el córner. I refusa el porter Baia.»

La diferència principal entre les dues cadenes és, sens dubte, l'objecte de les

atribucions. Per a CR, el jugador Roberto Carlos; per a CO, el partit —les accions del partit. Si fem cas de CO el partit «*se ha embarullado*», perquè és «*más espeso, no está claro, ni es tan franco, ni tan abierto*», perquè «*se ha puesto un poco más feo*», hi ha poca tranquil·litat, és menys bonic i menys bo del que es podia pensar en començar-lo. Per a CR, el problema és Roberto Carlos, que és qui ha provocat dues lesions. És «el protagonista negatiu de la jornada», un «provocador», un «mentider», un «barrut», veritables agressions tròpiques. Amb la referència al partit, i més tard a l'àrbitre, CO descentra el problema. Per als seus comentaristes, la confrontació se situa entre els jugadors i l'àrbitre incompetent; per a CR, la confrontació té lloc entre tots dos equips.

Un dels col·laboradors de CO aconsella fins i tot als jugadors del Barça, dient-los que «*no les interesa entrar en esa guerra*».³⁴ I el comentarista de CR, al seu torn, comença una veritable persecució del protagonista de la falta. De primer, vol deixar ben clar el diagnòstic de la lesió de Nadal. Però després mira de caracteritzar amb excés l'adversari,³⁵ amb: «Roberto Carlos /Roberto Carlos da Silva, el lateral del Madrid i el brasiler fixat pel Madrid, 24 anys, no arriba a metre setanta, protagonista negatiu de la jornada». Aquests mots ens fan pensar en aquells cartells de recerca i captura.

L'expressió «riu PROVOCATIVAMENT» de CR correspon a «*pero el brasileño no se amedrenta*» de CO. Aquestes dues expressions ens mostren dues perspectives d'una confrontació. Per a CR és Roberto Carlos qui provoca el públic, per a CO és ell qui ha estat provocat per les grades.

En resum, el seguit d'esdeveniments és presentat per les dues cadenes radiofòniques

34. No oblidem que la guerra ha estat provocada per una falta del jugador del Madrid.

35. La setmana abans del partit, Roberto Carlos havia acusat de racista el Barça i els seus seguidors. L'afició blaugrana estava molt sensible a causa d'aquestes declaracions.

amb dues organitzacions discursives orientades d'una manera completament diferent. Segons CO:

a) Roberto Carlos és perillós (per les faltes que comet), hauria de deixar seguir el joc, no posar-hi impediments.

b) El públic està enfadat, alguns objectes poden caure sobre el jugador.

c) Però ell no té por.

d) La protecció de la policia arriba fins a la banda.

e) *Un objecte* li cau a sobre.

f) Ell *no pot* tirar el córner.

Per a CR:

a) Roberto Carlos ha lesionat dos jugadors.

b) És el protagonista negatiu de la jornada.

c) Riu provocativament.

d) Diu que *no vol* tirar un córner,

e) perquè li ha caigut al damunt *alguna coseta*.

Ara, l'objecte és una *coseta* i ell *no vol* tirar el córner perquè és un provocador. A partir d'aquest moment el discurs del comentarista segueix sense descans aquest jugador, vol que els oients hi fixin l'atenció: «colpeja, amb la punta de les botes, separa un agent, separa un cordó, finalment pica el córner». Amb aquest seguit d'accions se'n focalitza el paper d'actor, de protagonista del partit. La presència d'aquest *finalment* ens aporta també dues inferències

+> s'ha fet pregar

+> és un embolicador

Conclusió

En el nostre treball hem presentat el partit de futbol com un ritual amb una força *indicadora*, com una activitat social que construeix la caracterització dels grups implicats, sobretot gràcies a les comparacions entre els adversaris. Les atribucions discursives ens han estat útils per a analitzar la metalingüística del corpus i la manera com ideologitzen l'estructura social.

Hem vist com es construeix la socialització de la masculinitat i com es reproduïx l'estructura de poder mitjançant l'estratificació econòmica, representada, per exemple, per la posició en les grades i, per tant, per les interaccions verbals i gestuals; i l'estratificació professional, representada per la capacitat o no de ser comentarista qualificat dels fets esportius.

Hem demostrat la canalització de la violència, feta mitjançant la utilització d'agressions tròpiques, sobretot per part d'una de les cadenes de ràdio.³⁶L'agressió verbal substitueix l'agressió física directa, aquella que protagonitza les guerres reals.

Hem comprovat també que el nivell metadiscursiu, l'acord sobre l'ús d'un mot, tan sols el trobem en l'estació catalana.

El resultat fonamental del nostre treball és, però, la constatació de la presència de nivells diferents de simbolització del joc i del grup, en cada equip. Els seguidors del Barça aporten més demostracions del valor simbòlic de la confrontació i d'auto-identificació, mitjançant la selecció de la llengua de retransmissió, el mosaic, l'eslògan i les declaracions del president de la comunitat política. Per contra, els comentaristes de CO ni en fan cap menció, ni anomenen el grup cultural, ni expliquen el sentit del mosaic que es construeix a les grades del Camp Nou. A Madrid reafirmen el caràcter espanyol dels equips adversaris i del campionat, i mostren les nacions-estat com les unitats identificadores primordials en la supraorganització del futbol mundial.

Finalment, més enllà del valor simbòlic del partit, hem constatat les versions diferents sorgides de perspectives no coincidents però referides a un mateix fet, elaborades amb l'ajuda d'adjectius axiològics, de seleccions diferents dels protagonistes i antagonistes, i de disposicions distintes dels fets.

MARGARIDA BASSOLS

36. No podem oblidar que CR defensa l'equip que guanya el partit, però que, en realitat, en aquest moment ja perd el campionat.

BIBLIOGRAFIA

- AGHA, Asif, *Tropic Agression in the Clinton-Dole Presidential Debate*, «Pragmatics», 7.4 (1987), ps. 461-497.
- BEJAR, Helena, *La cultura del yo* (Madrid, Alianza Universidad, 1993).
- BLAIN, N., BOYLE, R. & O'DONNELL, H., *Sport and National Identity in the European Media* (Leicester, Leicester University Press, 1993).
- BOURDIEU, Pierre, *Language and Symbolic Power* (Harvard, Harvard University Press, 1991).
- BUFORD, Bill, *Among the Thugs* (Londres, Martin Secker & Warburg, 1991).
- COLLINS, Richard *et al.*, *Media, Culture & Society* (Londres, Sage, 1986).
- DEFRANCE, Jacques, *Sociologie du sport* (Paris, La Decouverte, 1995).
- DIJK VAN, Teun, *Prejudice in Discourse* (Amsterdam, John Benjamins, 1984).
- FAIRCLOUGH, Norman, *Language and Power* (Londres, Longman, 1989).
- FAIRCLOUGH, Norman, *Media Discourse* (Londres, Edward Arnold, 1995).
- FAURA, Neus, *Futbol i llenguatge. La innovació lèxica a les cròniques i les retransmissions futbolístiques* (Barcelona, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1998).
- FERGUSON, Charles A., *Sports Anouncer Talk*, «Language in Society», 12 (1983), ps. 153-172.
- FISHMAN, Joshua A., *Language and Ethnicity* (Amsterdam, John Benjamins, 1991).
- GAL, Susan, *Multiplicity and Contention among Ideologies: a Commentary*, «Pragmatics», 2.3 (1992), ps. 445- 450.
- GERGEN, Kenneth J., *The Saturated Self* (Nova York, Basic Books, 1991). Traducció castellana: *El yo saturado, dilemas de identidad* (Buenos Aires, Paidós, 1992).
- GIDDENS, Anthony, *Modernity and Self Identity* (Standford, Standford University Press, 1991). Traducció castellana: *Modernidad e identidad del yo* (Barcelona, Península, 1995).
- GIULANOTTI, R., BONNEY, N., HEPWORTH, M., *Football Violence and Social Identity* (Londres, Routledge, 1994).
- GOFFMAN, Ervin, *Footing*, «Semiotics», 25 (1979), ps.1-29.
- GRODIN, D. & LINDLOF, T. R., *Constructing the Self in a Mediated World* (Londres, Sage, 1996).
- GÜNTNER, Susanne & KNOBLAUCH, Hubert, *Culturally Patterned Speaking Practices-the Analysis of Communicative Genres*, «Pragmatics», 5.1 (1995), ps.1-32.
- GUREVITCH, Michael *et al.* (eds.), *Culture, Society and the Media* (Londres, Methuen, 1988).
- HALL, S. & DER SAY, P., *Questions of Cultural Identity* (Londres, Sage, 1996).
- HOLT, Richard, *Sport and the British* (Oxford, Oxford University Press, 1990).
- KUIPER, Koenraad, *Smooth Talkers: the Linguistic Performance of Auctioners and Sportcasters* (Nova Jersey, Lawrence Earlbaum, 1996).
- KUZAR, Ron, *Split Word, Split Subject, Split Society*, «Pragmatics», 7.1(1997), ps. 21-54.
- LAPCHICK, Richard, *Sport in Society* (Londres, Sage, 1995).
- LUCY, John A. (ed.), *Reflexive Language, Reported Speech and Metapragmatics* (Cambridge, Cambridge University Press, 1993).
- ROWE, David, *Popular Cultures, Rock Music, Sport and the Politics of Pleasure* (Londres, Sage, 1995).
- SCANNELL, Peter, *Radio, Television and Modern Life* (Oxford, Blackwell, 1996).

- SCHIFFRIN, Deborah, *Discourse Markers* (Cambridge, Cambridge University Press, 1987).
- SCHLESINGER, Philip, *Media, State and Nation* (Londres, Sage, 1991).
- SHI-XU, *Discursive Attributions and Cross-Cultural Communication*, «Pragmatics», 4.3 (1994), ps. 337-356.
- SHOTTER, John, *Cultural Politics and Everyday Life* (Buckingham, Open University Press, 1993).
- SILVERSTEIN, Michael, *Language and the Culture of Gender: at the Intersection of Structure, Usage and Ideology*, dins METZ, E. & PARMENTIER, R.J., *Semiotic Mediation* (Londres, Academic Press Inc., 1985).
- SILVERSTEIN, Michael, *The Uses and Utility of Ideology: some Reflections*, «Pragmatics», 2.3 (1992), ps. 311-324.
- SILVERSTEIN, Michael, *Metapragmatic Discourse and Metapragmatic Function*, dins J.A. LUCY (ed.), *Reflexive Language* (Cambridge, Cambridge University Press, 1993), ps. 33-58.
- SILVERSTEIN, Michael, *Commentary: Achiving Adequacy and Commitment in Pragmatics*, «Pragmatics», 7.4 (1997), ps. 625-634.
- TAJFEL, Henri, *Human Groups and Social Categories* (Cambridge, Cambridge University Press, 1981).
- WENNER, Lawrence A., *Media, Sports & Society* (Londres, Sage, 1989).
- WHANNEL, Garry, *Fields in Vision. Television Sport and Cultural Transformation* (Londres, Routledge, 1992).
- WOOLARD, Kathryn, *Language Ideology: Issues and Approaches*, «Pragmatics», 2.3 (1992), ps. 235-250.