

---

## ESPORTE, JOGOS OLÍMPICOS E TELEVISÃO: RELAÇÃO DIALÉTICA NA MODERNIDADE – REVISÃO HISTÓRICO- SOCIAL

**Guilherme Ferreira Santos**

(Mestre em Educação Física/UFES)

**Otávio Tavares**

(Doutor em Educação Física/UFES)

### 1 - INTRODUÇÃO

Os meios de comunicação coexistem com os Jogos Olímpicos Modernos (JO) desde a idealização destes últimos pelo barão francês Pierre de Frédy – mundialmente conhecido como Pierre de Coubertin. Quando o nobre francês restituiu os JO, já existia a mídia impressa institucionalizada. A relação entre essas duas instâncias da Modernidade, contudo, ainda está longe de ser totalmente conhecida e esgotada – ainda mais no mundo contemporâneo, onde a informação, em termos gerais (e, por conseguinte, a informação esportiva e olímpica), cresce de maneira exponencial. Sabe-se que tal relação é forte e que é marcada por paradoxos e controversas (SANTOS, 2012); Pires (2002) arrisca a dizer que tais instâncias soam como um binômio, uma junção quase inseparável.<sup>74</sup>

No Brasil, os estudos e pesquisas que visam essa relação se desenvolveram de maneira bastante interessante nos últimos anos. Ainda assim, pelo que observamos em termos comparativos com outras temáticas, há a necessidade de explorar mais a área, principalmente no que tange, especificamente, aos JO.

Com isso, esse trabalho tem o objetivo de, modestamente, acrescentar contribuições e debates teóricos e históricos no bojo da discussão sobre a relação entre os meios de comunicação, em especial o caso da televisão (TV), e o esporte, especificamente o esporte olímpico. Dentre desse objetivo, miramos apresentar aos pesquisadores brasileiros da área alguns autores que julgamos importantes para o debate e que são pouco citados e lidos aqui, principalmente por causa da barreira linguística. Buscamos, ainda, apresentar alguns modelos teóricos advindos da comunicação e que podem nos ajudar na tarefa de melhor compreensão de nosso objeto.

Para tanto, utilizaremos, aqui, da metodologia ensaística, com um levantamento bibliográfico que avaliamos como importantes contribuições para o debate e com discussões qualitativas do objeto proposto. Destarte, faremos, primeiramente, um breve apanhado teórico de apoio o qual irá nos ajudar a enxergar de maneira mais clara a relação em estudo. Em segundo lugar, faremos uma revisão histórico-social dessa relação com base em autores pouco estudados aqui no Brasil. Por último, colocaremos esse exercício em uma autoanálise crítica de caráter conclusiva.

---

<sup>74</sup> Financiamento do trabalho: FAPES (Fundação de Amparo à Pesquisa do Espírito Santo).

## 2 – APORTE TEÓRICO

Tendo em vista que a relação entre os meios de comunicação e a sociedade é complexa, Thompson elabora uma importante caracterização da TV: segundo ele, a TV envolve três tipos de coordenadas espaço-temporais:

Primeiro, há as coordenadas espaço-temporais [sic] do contexto de produção – isto é, do contexto dentro do qual os comunicadores agem e interagem uns com os outros. Segundo, há as coordenadas espaço-temporais [sic] da mensagem televisiva em si mesma. Estas coordenadas cujas características podem ou não coincidir com as do contexto de produção; as coordenadas podem ser alteradas, disfarçadas ou inteiramente redefinidas pela edição ou por outras técnicas. Terceiro, há as coordenadas espaço-temporais [sic] dos diversos contextos de recepção. A quase-interação criada pela televisão implica um contínuo processo de trançamento destes três conjuntos de coordenadas, um processo que descreverei como “interpelação espaço-temporal” (THOMPSON, 2002, p. 85-86)

Ao ver tais coordenadas em estreita relação com a ideia de “realidade” no mundo moderno, Duarte afirma que, “[...] nessa perspectiva, está-se frente a uma construção de linguagens, não mais ao real, mas a uma realidade discursiva” (DUARTE, 2004, p. 80). Portanto, alega a autora, a TV “[...] vem desenvolvendo seus próprios percursos de acesso ao real, a partir dos quais constrói realidades de ordens diversas” (DUARTE, 2004, p. 82). Ela classifica tais ordens em três tipos relativamente estáveis de realidades: a metarrealidade, a suprarrealidade e, como a criação mais recente da TV, a pararrealidade (DUARTE, 2004, p. 82).

O primeiro tipo incorpora os conteúdos que possuem referência direta com o mundo “externo e natural”, isto é, o mundo fora da TV (DUARTE, 2004, p. 82). Nesse tipo estão inseridos, por exemplo, telejornais, documentários, reportagens, etc. O segundo tipo, a suprarrealidade, veicula conteúdo que não tem um compromisso direto com a realidade do mundo exterior, sendo tal tipo de caráter mais ficcional (como exemplo, têm-se telenovelas, minisséries, telefilmes etc.) (DUARTE, 2004, p. 82-83). O terceiro tipo é mais recente e compreende as deixas simbólicas as quais propõem conscientemente um novo tipo de realidade, que se difira da realidade externa da TV, mas que seja tão natural quanto esta (DUARTE, 2004, p. 83). Tal realidade “inventada” quer ser real de um jeito diferente, pois, ao mesmo tempo em que deseja ser tão natural quanto o mundo exterior, cria, no entanto, um mundo paralelo, com acontecimentos artificialmente construídos no interior do próprio meio e que não têm como referência direta a realidade fora da TV – exemplos da pararrealidade seriam os *reality shows* de TV (DUARTE, 2004, p. 83).

Percebemos, a partir dessa classificação, que o esporte, de modo geral, pode estar dentro de qualquer uma dessas realidades – uma partida esportiva ou os resultados esportivos podem ser transmitidos/informados à audiência televisiva (metarrealidade); qualquer referência ao esporte e à sua prática pode ser feita diretamente em telefilmes, telenovelas, minisséries, publicidades televisivas etc. (suprarrealidade); e, em termos mais recentes, já existem *reality shows* em que a realidade que se cria é esportiva (por exemplo, um programa televisivo da TV aberta brasileira em que determinado número de garotos adolescentes ficavam concentrados, por várias semanas, em um local específico, para passarem por relações sociais – de competição ou de cooperação – ligadas ao futebol, no intuito de se estabelecer, com base em critérios criados pelos

produtores de TV, um vencedor que, com a eliminação dos outros, seria, ali, contratado por um clube de futebol profissional).

Assim, por mais que o fenômeno esportivo e o fenômeno olímpico façam parte “do” mundo real, seus ideais e suas “utopias” têm forte relação com o mundo imaginário da TV. Além disso, a TV, em alguma medida, gera processos que interferem na natureza desses dois fenômenos. Isso faz com que os espectadores do esporte e dos JO (e com que esses próprios fenômenos) também transitem nas fronteiras entre os dois mundos citados.

A classificação realizada por Thompson sobre os conteúdos televisivos se aproxima do que foi estudado por Duarte. No entanto, chama a atenção no trabalho do primeiro o fato de ele criar, no interior da metarrealidade, uma tipologia específica que nos ajuda a pensar a relação entre a TV e, em particular, os JO: é o que o autor denomina “eventos da mídia” (THOMPSON, 2002, p. 98). Tais eventos indicam “[...] grandes e excepcionais ocasiões planejadas com antecedência, que são transmitidas ao vivo e que interrompem o fluxo normal dos acontecimentos” (THOMPSON, 2002, p. 98). O próprio Thompson exemplifica esses eventos: “[...] grandes ocasiões nacionais, como os casamentos reais, a tomada de posse de um novo presidente e os funerais de um grande estadista [...]”; “[...] grandes momentos de conquista ou de reconciliação, como a descida do homem na lua, a assinatura do acordo de Camp David que foi um passo em direção da paz no Oriente Médio, ou a libertação de Nelson Mandela na África do Sul [...]” e; “[...] os principais eventos esportivos, como os Jogos Olímpicos ou a Copa do Mundo” (THOMPSON, 2002, p. 98).

Esse rápido desenvolvimento dos meios de comunicação e, especialmente, da TV é posto aqui para se ter uma noção da localização específica dos JO em seu interior. Entendemos, aqui, que as instituições modernas, incluindo as relacionadas com a TV, possuem uma relação dialética com a sociedade, podendo criar discursos que reproduzam, produzam ou transformem a realidade externa.

Mesmo com essas relações, é pertinente atentar que o meio (ou a tecnologia), em si, não é uma entidade viva e ideologicamente marcada com objetivos sociais. Os processos sociais – a atribuição de valores às mídias – ocorrem através dos usos que são feitos desses meios.

Nesse sentido, Wolton (2006) identifica a TV como uma possibilidade também para a prática Política. Segundo o autor, a TV pode ser uma ferramenta efetiva para a (re)criação de padrões verdadeiramente públicos de interdependência (WOLTON, 2006). Ele alerta, contudo, para o fato de que o caráter potencial o é assim exatamente porque tal uso ainda não é feito efetivamente. Isso nos abre alternativas para pensar também na natureza própria do espetáculo e nos usos que se tem feito dele no interior dos JO.

### **3 – TELEVISÃO, ESPORTE E JO**

Após a explanação apresentada acima, o caminho fica “aberto” para a compreensão de como o esporte e os JO se relacionam com a mídia, em especial com a TV. Essa relação teve momentos de compartilhamentos, de diferenciações e de convergências. Tais momentos, atualmente, são mais dispersos e fluidos. De acordo com Pires (2002), esse traço faz com que seja necessário identificar a importância do advento da mídia para a atribuição de sentidos que influenciem a constituição de saberes/fazer do cotidiano social (PIRES, 2002, p. 21). No caso brasileiro, Pires é a favor de um desenvolvimento de estratégias de interação com o campo midiático para a construção de conhecimentos e ações emancipatórias sobre exercício físico/esporte

(PIRES, 2002, p. 21).

Para tanto, um pressuposto importante, sobre o qual nos fala o autor, é a ideia de que a relação entre esporte/práticas corporais e mídia deve ser entendida (nos dias atuais) como uma relação binominal, pois não há um critério de precedência de um campo em relação ao outro (PIRES, 2002, p. 82). O que ocorre, entretanto, é o contrário: esses elementos são produzidos numa lógica de reciprocidade (PIRES, 2002, p. 82):

Isso pode ser comprovado, por exemplo, pelo fato de empresas da área de comunicação de massa integrarem a linha de frente dos grupos financeiros que vêm se tornando parceiros do sistema esportivo no mundo inteiro, assumindo, inequivocadamente, a interface *mídia-esporte* como o fulcro dos interesses comuns. (PIRES, 2002, p. 82, grifo do autor)

Segundo Llinés e Moreno (1999), um fato importante para a compreensão dessa relação é a “coincidência” histórica entre o aparecimento da mídia audiovisual e dos JO (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 15). De acordo com as autoras, a “restauração” dos JO por Pierre de Coubertin, no final do século XIX, ocorre no mesmo período em que surgem os primeiros filmes.<sup>75</sup> Assim, nos primeiros JO, em 1896, em Atenas, já existia a tecnologia audiovisual de filmagem. No entanto, nesses Jogos não houve nenhum registro de movimento, mas apenas registros fotográficos (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 15).<sup>76</sup>

É apenas em 1924, tanto nos JO de verão (em Paris) quanto nos JO de inverno (em Chamonix, França), que os JO começam a ser difundidos pelo sistema de rádio (LLINÉS; MORENO, 1999). As tecnologias de filmagens estavam em seu início e ainda não existia uma institucionalização sólida no ramo de audiovisual. O rádio, entretanto, já era institucionalizado, mas antes de 1924 havia uma pressão contra a cobertura de eventos por este meio de comunicação: era a pressão da mídia “dominante” da Europa da época – a mídia impressa. Segundo Llinés e Moreno, além de algumas limitações técnicas do rádio (em termos, principalmente, de alcance), os jornais impressos tentaram impedir o avanço desse novo meio, que foi considerado uma “[...] forte ameaça” (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 16, tradução nossa).

Por isso, até os JO de 1924, a difusão do evento se limitou, predominantemente, pela mídia impressa (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 16). Assim, mesmo no final da década de 1920 e no início da década de 1930, o rádio possuía um papel apenas local na comunicação olímpica (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 16). Ainda que já existissem tecnologias de comunicação mais avançadas que as do rádio, nem mesmo este último tinha uma solidez técnico-institucional em termos de difusão. As comunicações internacionais estavam em um estágio inicial e as trocas intercontinentais era um “desejo” sonhado (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 16-17).

A partir dos anos de 1930, nos afirmam as autoras, essas limitações começaram a ser superadas e, nos JO de 1936, em Berlim, houve uma “[...] transmissão propriamente dita

---

<sup>75</sup> As autoras chegam a citar datas importantes nas gêneses desses fenômenos: em 23 de junho de 1894, Pierre de Coubertin restaurou os JO em Sorbonne, Paris; já em dezembro de 1895, dois irmãos parisienses (Louis e August Lumière) – inventores da técnica cinematográfica – organizaram a primeira exibição pública de cinema, em um *boulevard*, também em Paris (ESPAGNAC, 1995, p. 44 apud LLINÉS; MORENO, 1999, p. 15).

<sup>76</sup> Nos JO de Paris (1900), houve o primeiro registro filmado do evento (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 15).

[...]” do evento olímpico, pela primeira vez, via rádio (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 17, tradução nossa). Nesse mesmo ano, confirma-se o caráter dialético entre o desenvolvimento dos JO e da própria tecnologia da comunicação audiovisual. Sendo o evento olímpico crescentemente reconhecido, ele se torna um palco ou, como as pesquisadoras preferem dizer, um “teste de laboratório” para os experimentos televisivos (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 15). No caso dos JO de Berlim-1936, o canal de TV do *Reich* alemão que estava no poder realizou a primeira transmissão audiovisual (televisiva) ao vivo dos JO, porém em uma escala ainda local (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 20), organizando “[...] vinte e um auditórios públicos adequadamente equipados em Berlim, um auditório em Postdam e algumas salas localizadas em Leipzig” (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 20, tradução nossa).

Os anos seguintes seriam testemunhas de um desenvolvimento ainda maior na teledifusão. A institucionalização do rádio era proeminente e sua popularização foi rápida. No entanto, ele não teve uma participação sólida na difusão olímpica, pois os JO de 1940 e de 1944 foram cancelados por causa da Segunda Guerra. Quando Londres recebeu os Jogos, pós-guerra, em 1948, a TV já tinha um caráter mais “aplicável” em escalas maiores (LLINÉS; MORENO, 1999). No caso de Londres, segundo as autoras, houve uma transmissão televisiva com “[...] cobertura ao vivo em um viés regional [...]” (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 20, tradução nossa), em um raio de centro e trinta quilômetros (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 20). Alguns espectadores, assim, puderam assistir certos eventos olímpicos pela primeira vez em suas residências (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 20).

Esses dados nos ajudam a perceber que as tensões na relação entre a TV e os JO existem desde o seu início. Uma das principais polêmicas na época em que a TV estava se aprimorando como difusora dos JO consistiu em como abordar o conteúdo olímpico (LLINÉS; MORENO, 1999). Desde os Jogos de Londres-1948, houve uma cobertura multicâmera dos eventos. Na interpretação de Llinés e Moreno (1999), como resultado dessa cobertura, foi possível mostrar

[...] uma visão mais completa do que estava acontecendo. Em Cortina d’Ampezzo (1956), por exemplo, quatro câmeras foram usadas para cobrir a corrida de *bobsled* na TV. Essas câmeras foram situadas ao longo do trajeto da corrida para proporcionar uma visão completa da mesma aos espectadores: da partida à chegada. Coberturas desse tipo, curiosamente, significaram que o espectador domiciliar poderia seguir o progresso da corrida muito melhor do que o espectador no local da corrida. (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 18, tradução nossa)

Pode-se dizer, portanto, que o aparecimento da TV, no palco da história olímpica, foi um importante ponto de inflexão, pois, para os profissionais de comunicação da época, era claro o potencial dos JO para ser um “[...] gigantesco entretenimento das massas [...]” (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 21, tradução nossa), além de um interessante evento para ser noticiado, isto é, para servir de informação para a sociedade (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 21). Segundo as autoras (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 21), tal potencial levou a uma polaridade – primeiramente, entre o modo de cobrir os JO e, depois, entre o modo de realizar o próprio evento. Tal polaridade era “informação *versus* (VS) entretenimento”. Por causa da mudança de ênfase de informação para entretenimento, houve um debate crescente sobre a mercantilização dos direitos de transmissão – se poderia haver ou não pagamentos para tais direitos (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 21).

Esse imbróglio da mercantilização dos direitos foi vivenciado nitidamente na década de 1950, quando aconteceram os JO de Helsinki – Finlândia – (1952) e de Melbourne – Austrália – (1956). Os primeiros, por exemplo, não foram transmitidos por nenhuma rede de TV e os segundos foram boicotados pelas redes internacionais (sendo transmitidos apenas para a própria Austrália), em parte devido a problemas técnicos e em parte por causa, exatamente, de desacordos sobre tal imbróglio (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 21).

O debate em torno da mercantilização dos direitos de transmissão dos JO se deu, principalmente, em torno da problemática de alcançar um acordo sobre o que era notícia (um direito que deveria ser estritamente respeitado, sem nenhuma mudança) e o que era entretenimento (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 26). Em Melbourne-1956, por fim, o debate foi abertamente considerado e, como resultado,

[...] houve uma revisão da Carta Olímpica, [documento oficial do Comitê Olímpico Internacional (COI)] a qual passou a incluir a seguinte referência no que diz respeito aos direitos televisivos: “os direitos televisivos serão vendidos pelo Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos [(COJO)], com a aprovação do COI, e a renda será distribuída conforme instruções do primeiro” (artigo 49). (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 21, tradução nossa).

Vemos, neste caso, um deslocamento na tensão da relação entre a TV e os JO, já que o próprio documento oficial dos JO teve que ser alterado para corresponder a uma adequada entidade televisível. Se pararmos o raciocínio aqui, porém, não conseguiremos abordar toda a complexidade dessa relação. Em contrapartida à citada adequação da Carta Olímpica, as televisões de todo o mundo também tiveram que buscar as programações olímpicas e trabalhar muito para transmiti-las como programação que, antes dessa época, não existia: como programação especificamente esportiva ou olímpica. Em outras palavras, as televisões também tiveram que se adaptar ao conteúdo olímpico/esportivo.

Outra contrapartida foi a oportunidade dada ao COI para o aumento de sua visibilidade – o que trouxe um aumento consequente na visibilidade de seus valores orientadores. Os JO de Roma-1960 são tratados, pela maioria dos estudiosos da área, como o ponto de mudança em tal visibilidade, pois, durante a sua realização, ocorre a primeira transmissão televisiva a nível continental e o primeiro pagamento por direitos de transmissão televisivos dos JO (LLINÉS; MORENO, 1999). Esse fato acaba por alterar a própria “composição olímpica”, pois o nível continental de audiência não é de caráter pós-evento, mas essa é uma audiência que, agora, assiste ao evento “ao vivo”. Portanto, a TV fez com que o antigo e simples “binômio olímpico” “atletas-espectadores” se transformasse em uma descrição quádrupla, bem mais complexa, “[...] formada pelos atletas, pelos espectadores, pela mídia (comentadores, câmeras, microfones, etc.) e pela audiência televisiva” (LLINÉS, 1997, p. 75, tradução nossa).

Após as décadas de 1960 e de 1970, o aprimoramento técnico da TV e a sua institucionalização permitiram que a difusão olímpica se tornasse intercontinental, aumentando a audiência e, com isso, o valor atribuído aos direitos de transmissão (LLINÉS; MORENO, 1999) – em Roma-1960, os direitos foram vendidos por US\$ 200.000,00; vinte anos depois, nos JO de Moscou-1980, os direitos foram vendidos por US\$ 88.000.000,00 (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 38).

#### **4 - CONCLUSÕES**

A partir desses relatos, de caráter mais histórico, da relação entre a TV e os JO, observamos como a passagem para o viés do espetáculo está intimamente ligada aos imbróglis citados.

As questões que, tradicionalmente, são colocadas pelos especialistas dessa temática são sobre os deslocamentos de “sentidos originais” consequentes dessa relação. Vários trabalhos focam em estudos comparativos dos câmbios de sentidos sobre o olimpismo por todo o globo. Em termos mais gerais, pode-se dizer que os JO e suas cerimônias de abertura mudaram em adaptação, direta ou indireta, ao palco televisivo. Algumas dessas mudanças são: as apresentações artísticas das cerimônias são caracterizadas, cada vez mais, como *show*; isso levou à celebração da cultura local, que está embutida nessas apresentações, sendo que, até meados de 1980, tais apresentações eram, predominantemente, celebrações do esporte; a mudança de horários tradicionais na programação olímpica, para que os eventos fossem transmitidos no horário nobre nos Estados Unidos (país anfitrião das principais empresas televisivas detentoras dos direitos de transmissão); o aumento do número de profissionais da mídia, sendo este bem superior ao próprio número de atletas desde a década de 1970 (LLINES, 1997); e a construção de instalações específicas para profissionais da mídia, com centros avançados de tecnologia em teledifusão (LLINÉS; MORENO, 1999).

Por outro lado, mesmo alterando o texto de seu documento oficial, o COI, em grande medida, não renuncia as suas principais tradições, especialmente no que concerne à cerimônia de abertura. O desfile dos atletas, por exemplo, é, claramente, não televisível, pois demanda um tempo relativamente extenso, o qual vem crescendo ainda mais nos últimos anos – fato que tem sido criticado pelas redes de TV, as quais tentam mudar o procedimento de tal desfile para que fiquem mais adaptáveis à TV. O COI, no entanto, não abre mão desse “protocolo”, independentemente de sua duração, pois isso descaracterizaria seu traço de respeito internacional (o qual, ironicamente ou não, se tornou global – em parte – graças à difusão televisiva).

No bojo dessas tensões, estão as problemáticas relacionadas à transmissão do conteúdo olímpico pela difusão televisiva. Por causa da grande visibilidade que os JO dão à cidade sede atualmente, Llines nos diz que a cultura local é difundida, predominantemente, pelas redes de TV (LLINES, 1997) – tal cultura, em muitos casos, é desconhecida e estranha para os teledifusores. Segundo Llines, a cidade-sede e o COJO

[...] não conseguem controlar todo o processo de semantização que é gerado sob tais circunstâncias: qualquer jornalista que se considera de alto nível é forçado a olhar para além do material novo que é reunido de maneira tendenciosa pelos organizadores do evento. (LLINES, 1997, p. 72, tradução nossa)

De acordo com Spà (1990), o mesmo ocorre com os valores do olimpismo. A espetacularização do esporte, em termos gerais, relacionada à sua televisibilidade, “[...] tem multiplicado os ritos ‘paraesportivos’ que se tornam o contexto geral para os eventos esportivos propriamente ditos” (SPÀ, 1990, p. 456, tradução nossa). Ainda para esse autor,

Graças às suas gigantescas dimensões e à sua transmissão mundial, os ritos “paraesportivos” e os espetáculos que rodeiam os Jogos Olímpicos estão aptos a formularem os valores que orientam as

práticas esportivas e os espetáculos das culturas mais avançadas do mundo, proporcionando respostas a questões como: “de que maneira o esporte é entendido?”, “quais valores adicionais podem ser atribuídos à competição e ao espetáculo da competição?” e “como a violência deveria ser interpretada?”. (SPÀ, 1990, p. 456, tradução nossa)

Tais questões podem ser trabalhadas, de maneira mais densa, exatamente, segundo ele, na cerimônia de abertura dos JO (SPÀ, 1990, p. 456). Mas elas não podem ser entendidas sem se ter em mente o papel que a TV exerce sobre os JO (SPÀ, 1990). Para Spà, a TV

“[...] internacionaliza, dramatiza e financia os Jogos, impondo certos agendamentos de programação e configuração e, de modo mais importante [...], ela atribui e nega certos valores culturais” (SPÀ, 1990, p. 457, tradução nossa).

Dentre os primeiros papéis citados, o financiamento dos Jogos é uma relação básica que deve ser compreendida, a seu ver, como um “[...] resultado indireto da influência que o próprio evento mundial espetacular tem sobre a venda de tempo e espaço para propagandas” (SPÀ, 1990, p. 459, tradução nossa). Com o crescimento da imagem gerada pelos JO indo em direção a um elemento global (graças ao desenvolvimento técnico da TV), a visibilidade de mercadorias multinacionais também se torna global. Por isso, o valor dos direitos televisivos começaram, após a década de 1970, a subir substantivamente (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 38). O direito de transmissão dos Jogos é vendido, portanto, a uma emissora que, por sua vez, revende-o em seu país/região. Já há algumas edições dos JO – desde Seul-1988 (SENN, 1999, p. 16) – os direitos televisivos têm sido vendidos para a rede americana NBC. Essa rede tem, assim, o monopólio das imagens e da produção, deixando às redes locais, que recomparam o direito de transmissão da NBC, a prerrogativa de transmissão dessa produção e também de colocarem suas próprias “câmeras exclusivas” e seus comentaristas/narradores em estúdios nas instalações esportivas (SPÀ, 1990). Ao mesmo tempo, as redes locais de TV fazem traduções para a sua cultura/língua das propagandas dos patrocinadores e de outras marcas associadas.

Apenas para se ter uma noção do quanto o valor dos direitos televisivos cresceram no mercado institucional da comunicação, nos JO da Cidade do México-1968, foram pagos US\$ 4.500.000,00 por tais direitos (LLINÉS; MORENO, 1999, p. 38; SENN, 1999, p. 16); já nos JO de Pequim-2008, a NBC pagou US\$ 894.000.000,00 (quase um bilhão de dólares) para transmitir os eventos olímpicos (SENN, 1999, p. 16). É óbvio que, em uma lógica de mercado, a NBC paga tal quantia porque sabe que terá um retorno, tanto das vendas para as TV's locais, quanto das publicidades que se associam a ela (SPÀ, 1990). Ao chegar a tais cifras, os direitos televisivos passam a integrar uma parcela cada vez mais significativa do orçamento total para a realização de todos os eventos dos JO (SPÀ, 1990).

Ao ver essas cifras chegarem a patamares de níveis tão altos, ponderamos, aqui, não apenas sobre o papel da TV na disseminação do Olimpismo, mas também em seu potencial papel político e público sobre o qual nos fala Wolton (2006). Será que tais cifras irão crescer cada vez mais e inviabilizar de vez esse potencial? Nessa “onda”, será que a TV funcionará apenas como um mecanismo de mercantilização dos Jogos, deixando seus valores para segundo plano? Por outro lado, nos perguntamos: será que existem outras formas de os JO e seus valores orientadores serem tão difundidos quando pela TV? Esperamos, aqui, que nossas considerações deem base para futuros debates e



discussões que abranjam tais questões.

## 5 – REFERÊNCIAS

DUARTE, E. B. **Televisão: ensaios metodológicos**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LLINES, M. The contribution and effect of the media on the Olympic Games. In: INTERNATIONAL OLYMPIC ACADEMY THIRTY-FIFTH SESSION, 35., 1995, Ancient Olympia. **Report of the thirty-fifth Session**. Athens: International Olympic Committee, 1997. p. 70-75.

LLINÉS, M.; MORENO, A. B. The history of radio and television coverage of the Olympic Games. In: BILL, W. et al. (Orgs.). **Television in the Olympic Games: the new era: International Symposium**. Lausanne: International Olympic Committee, 1999. p. 15-41.

PIRES, G. de L. **Educação física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória**. Ijuí: Ed. da UNIJUÍ, 2002.

SANTOS, G. F. “**Um mundo, um sonho**”. **Uma utopia?** Narrações midiáticas de valores olímpicos e esportivos na cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos de Pequim-2008. 2012. 346 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Centro de Educação Física e Desportos, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2012.

SENN, A. E. **Power, politics and the Olympic Games**. A history of the power brokers, events, and controversies that shaped the Games. Champaign: Human Kinetics, 1999.

SPÀ, M. de M. The mass media, Olympic values and the opening ceremony. In: BYONG-IK, K. (Ed.). **Toward one World, beyond all barriers: Keynote speeches; cultural exchange and cultural nationalism**. The Seoul Olympiad Anniversary Conference. v. 1. [Seoul]: Poong Nam, 1990. p. 455-473. Disponível em: <[http://www.dyu.edu.tw/~osc/olympic/con\\_htm/c2pdf/c2023.PDF](http://www.dyu.edu.tw/~osc/olympic/con_htm/c2pdf/c2023.PDF)>. Acesso em: 30 maio 2011.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 4. ed. Tradução Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 2002.

WOLTON, D. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. 2. ed. Tradução José Rubens Siqueira. São Paulo: Ática, 2006.