



JOGOS OLÍMPICOS: ESPETÁCULO DE ENTRETENIMENTO PLANETÁRIO¹

Elizara Carolina Marin
Evelize Dorneles Minuzzi
Fernando Mascarenhas,

RESUMO

Este artigo situa os Jogos Olímpicos como espetáculo de entretenimento planetário, explícito na dimensão da infraestrutura, na saga dos atletas, na midiaticização do evento, nas razões do Estado e nos interesses privados em sediar, no montante dos custos econômicos, nos exemplos de superação e na possibilidade de enaltecer ou abalar o orgulho nacional. A pesquisa documental foi realizada via mídia “Folha de S. Paulo”, sobretudo, entre o período de 1992 a 2012. Utilizamos os pressupostos da análise de conteúdo. Os Jogos Olímpicos apresentam-se como um fenômeno planetário de controle ideológico da sociedade capitalista, transformado em mercadoria para a satisfação imediata do público, rentável para a indústria do entretenimento; e um elemento gerenciador dos interesses do Estado.

PALAVRAS-CHAVE: Jogos Olímpicos; Entretenimento; Espetáculo Esportivo.

INTRODUÇÃO

Os espetáculos esportivos mundiais, no caso em foco, os Jogos Olímpicos modernos, assumem estreita relação com a forma assumida pelo entretenimento na fase atual do modo de produção capitalista, pois englobam *show* e competição, heroísmo e fatalidade, nacionalismo e globalização e tem atraído um público cada vez mais expressivo.

Nessa relação, os Jogos Olímpicos modernos apresentam uma singularidade exemplar. Produzidos pelo Comitê Olímpico Internacional (COI), financiado por grandes empresas mundiais e pelo Estado, vendido por altas cifras aos meios de comunicação e veiculado com as mais sofisticadas tecnologias estruturais, linguísticas e imagéticas para seduzir o público, firmaram-se como um evento de alcance global por meio de imagens esportivas espetaculares.

Nesta direção, com o objetivo de analisar a espetacularização dos Jogos Olímpicos modernos, algumas indagações moveram o estudo proposto com abrangência de duas décadas, quais sejam: 1) O que faz dos Jogos Olímpicos um excelente espetáculo esportivo; 2) Como se estrutura a logística organizacional de cada país-sede a partir de 1992; 3) Quais os tipos de cobertura midiática usados na reprodução do espetáculo olímpico, simultaneamente, para todos os continentes; 4) Qual a função das estratégias políticas na agenda do evento; 5)

¹ Este artigo é parte da pesquisa com financiamento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Não houve conflitos de interesse para a realização do presente estudo.



De que forma a resistência social da população penetra no espetáculo olímpico; 6) Qual a imagem e a importância dos atletas olímpicos para o espetáculo; 7) A propaganda e a publicidade valorizam o espetáculo olímpico, e como o fazem; 8) Qual o papel do nacionalismo no envolvimento do espectador com o espetáculo olímpico; 9) Quanto se investe na produção dos Jogos Olímpicos na sociedade capitalista.

Na busca de respostas, analisamos a produção midiática via “Folha de S. Paulo” sobre os Jogos Olímpicos a partir de 1991, tendo em vista o novo ciclo do Movimento Olímpico estabelecido pela metamorfose no contexto ideológico e organizacional interno, com a revisão da Carta Olímpica², a adesão crescente ao profissionalismo e ao do *marketing*; e pela anuência do cenário político externo (com o fim da Guerra Fria e as mudanças estruturais no regime socialista da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas).

DELINEAMENTO DO ESTUDO

Para consecução da investigação, realizamos pesquisa documental, tendo em vista que os documentos recuperam momentos históricos, espaços e relações sociais, situando os eventos em seu tempo e contexto (MAY, 2004). Elegemos como fonte específica a “Folha de S. Paulo”, por ser o jornal com a segunda maior tiragem³ do país- 2,4 milhões de leitores diários, além de contemplar um sistema *online*, que disponibiliza o conjunto do seu acervo. Foi assim analisada a produção do jornal publicada no caderno de esporte, ao longo do mês anterior à data oficial de abertura e do mês posterior à data oficial de encerramento no ano de cada edição dos Jogos Olímpicos, no período entre 1992 e 2012, bem como toda produção publicada nos cadernos especiais intitulados: “Barcelona-92”; “Atlanta-96”; “Sidney-2000”; “Atenas-2004”; “Pequim-2008”; e “Londres-2012”. A partir das consultas e das leituras dos títulos e das respectivas “linhas finas” das matérias jornalísticas, filtradas pelo sistema de busca detalhada, selecionamos 734 documentos, conforme a representatividade e a pertinência da natureza do conteúdo.

Para dar conta da organização, da discussão e da análise do conteúdo deste material,

² A Carta Olímpica é o documento oficial instituído como código pelo Comitê Olímpico Internacional que sumariza os princípios e os valores do Olimpismo, os direitos e deveres para o Movimento Olímpico e define a organização, administração, participação, programação e o protocolo dos Jogos Olímpicos. Fonte: www.cob.org.br/movimento_olimpico/docs/cartilha_olimpismo.pdf.

³ Os dados numéricos das tiragens diárias das principais mídias escritas estão disponibilizados na íntegra e podem ser encontrados no portal eletrônico do Instituto Verificador de Circulação. Ver: <http://>



adotamos como referência os pressupostos de Bardin (2007, p.36), entendendo a análise de conteúdo como um conjunto de técnicas de apreciação de comunicação “visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção-recepção destas mensagens”. Nos 734 documentos, identificamos 44 temas que puderam ser agrupados em 09 categorias empíricas de discussão e cuja frequência de aparecimento é apresentada na tabela abaixo:

Tabela 1: Distribuição das categorias conforme a presença nos documentos

<i>Categorias Temáticas</i>	<i>Atleta</i>	<i>Espetáculo/ Entretenimento</i>	<i>Infraestrutura</i>	<i>Nacionalismo</i>	<i>Midiatização</i>	<i>Marketing Olímpico</i>	<i>Política</i>	<i>Investimentos Econômicos</i>	<i>Manifestações Sociais</i>
<i>Número de Documentos (Percentual)</i>	149 (20%)	139 (19%)	131 (18%)	118 (16%)	57 (8%)	49 (7%)	49 (7%)	26 (3%)	17 (2%)

Fonte: “Folha de S. Paulo”

Tais categorias podem assim ser entendidas: *Atleta* - definida em função da construção da imagem de herói contemporâneo; *Espetáculo*: definida em função da dimensão dos seus elementos formadores; *Infraestrutura*: definida em função do plano logístico organizacional de cada país-sede; *Nacionalismo*: definida em função do sentimento de identificação coletiva sob a nação; *Midiatização*: definida em função do tipo de cobertura midiática; *Marketing Olímpico*: definida em função da publicidade e propaganda comercial; *Política*: definida em função das estratégias políticas que envolvem o evento, o Estado e a sociedade civil; *Investimentos econômicos*: definida em função da economia, dos negócios e do orçamento; *Manifestações sociais*: definida em função da resistência social da população sobre as decisões do país-sede.



Partindo desta organização, passamos a discussão e aos resultados da investigação, cujos recortes de análise seguem uma exposição estruturada a partir das categorias apresentadas.

OS JOGOS OLÍMPICOS A PARTIR DA “FOLHA DE S. PAULO”

Atleta olímpico: herói de dimensão planetária

A análise dos documentos da “Folha de S. Paulo” evidencia o atleta como uma figura referente nos Jogos Olímpicos modernos. Encontramos cento e quarenta e nove (149) documentos, distribuídos conforme mostra a tabela abaixo:

Tabela 2: Distribuição dos documentos da categoria *Atleta* por Jogos Olímpicos

<i>Jogos Olímpicos</i>	Barcelona (1992)	Atlanta (1996)	Sydney (2000)	Atenas (2004)	Pequim (2008)	Londres (2012)	TOTAL
<i>Número de documentos (Percentual)</i>	29 (19%)	18 (12%)	32 (22%)	23 (15%)	19 (12%)	28 (20%)	149 (100%)

Fonte: “Folha de S. Paulo”

A midiática da categoria atleta é mais ampla nos Jogos de Barcelona-92, de Sydney-2000 e de Londres-2012, muito provavelmente, em virtude de que: os Jogos de Barcelona-92 ocorreram após a revisão da Carta Olímpica, em 1991, a qual abriu as portas ao profissionalismo como uma política da gestão de Samaranch; os Jogos de Sydney-2000 lançaram mão do termo "igualdade", configurados pela mobilização do COI diante do aumento da participação das mulheres nos Jogos Olímpicos modernos e pela presença de mais atletas negros nas provas em relação ao total de inscritos.

E, os Jogos de Londres-2012 apontaram para o aumento do número de recordes, da ingestão de substâncias proibidas pela legislação esportiva, do uso de equipamentos e de roupas de alta tecnologia e de avanços biotécnicos. Contudo, sustentaram a estratégia de tornar o atleta mais humano possível, a fim de catalisar o espetáculo olímpico, através de atitudes fidedignas para uma identificação com o público, consoante com a perspectiva de entreter, conforme as mensagens veiculadas pela “Folha de S. Paulo”.



Gabler (2000, p. 14) é enfático quando assinala que “as plateias precisam de algum elemento de identificação para que o espetáculo as envolva de fato”. No filme da vida, as celebridades – no caso, os atletas: heróis de dimensão planetária – não são surreais, mas reais, ou seja, são pessoas que se sobressaem publicamente sobre a população anônima.

A “Folha de S. Paulo” também publicou diversos documentos com relação à atitude de repreensão do COI diante do *doping*, como estratégia para manter a imagem de competição com condições igualitárias e ter “campeões olímpicos limpos”, já que o público não poderia ter anfibiologia sobre os recordes.

Para isso, o COI investiu altas cifras, por meio de acordo entre as Federações Internacionais e a Agência Mundial Antidopagem em: novos aparatos tecnológicos para detectar com mais precisão o eventual uso de substâncias proibidas pelos atletas; rigor no discurso e nas sanções de suspensão e de expulsão, tanto de atletas quanto de técnicos; ampliação do número de testes aplicados dos Jogos de Barcelona-92 aos Jogos de Londres-2012; e em investimentos econômicos, conforme mostra a tabela abaixo:

Tabela 3: Números referentes à política *antidoping* do COI

<i>Jogos Olímpicos</i>	Barcelona (1992)	Atlanta (1996)	Sydney (2000)	Atenas (2004)	Pequim (2008)	Londres (2012)
<i>Número de testes antidoping</i>	1.600	2.100	2.500	3.000	4.500	5.000 a 6.000
<i>Número de atletas banidos</i>	04	06	17	25	40	———
<i>Investimentos econômicos (dólares)</i>	———	———	25 <i>milhões</i>	———	———	63 <i>milhões</i>

Fonte: “Folha de S. Paulo”

Todavia, o aumento no número de testes aplicados, de atletas banidos e no orçamento não significou o fim do *doping* olímpico, já que ao longo das edições dos Jogos, em especial, as analisadas, a “Folha de S. Paulo” divulgou outras formas usadas para burlar o programa de testes *antidoping* do COI, como: novas substâncias não detectadas pelos testes aplicados e uso de urina e de códigos genéticos diferentes dos atletas submetidos aos testes.

Parece claro, como expõem Simson e Jennings (1992), que as ações de *antidoping* do COI não passam de discurso de controle para prestar contas ao público que deseja acompanhar “Jogos limpos”. Uma vez que, os dirigentes do COI têm ciência que aplicar testes



antidopings nos dias da competição, não passa de uma forma de encobrir a verdade, pois os atletas que ingerem drogas recebem orientação médica sobre o tempo necessário para eliminar os traços dessas substâncias do seu organismo.

Espetáculo olímpico/Entretenimento planetário

Os documentos da “Folha de S. Paulo” recolhidos a respeito desta categoria totalizaram cento e trinta e nove (139). A distribuição dos documentos por Jogos Olímpicos pode ser melhor visualizada na tabela abaixo:

Tabela 4: Distribuição dos documentos da categoria *Espetáculo olímpico/Entretenimento planetário* por Jogos Olímpicos

<i>Jogos Olímpicos</i>	Barcelona (1992)	Atlanta (1996)	Sydney (2000)	Atenas (2004)	Pequim (2008)	Londres (2012)	TOTAL
<i>Número de documentos (Percentual)</i>	14 (10%)	38 (27%)	29 (21%)	13 (10%)	19 (13%)	28 (19%)	139 (100%)

Fonte: “Folha de S. Paulo”

Ficou visível na análise jornalística da “Folha de S. Paulo”, a associação dos Jogos Olímpicos, a partir dos anos 90, como espetáculo organizado pela lógica do mercado, naturalizada pela mídia e com a anuência dos países participantes, sobretudo, dos países-sedes que fazem dessa uma oportunidade para demonstrar a condição de potência no cenário internacional. Ou seja, um espetáculo de proporção planetária, demonstrado pela: produção da cerimônia de abertura e de encerramento; adesão do público; valor dos ingressos comercializados; veemência por mercadorias temáticas e símbolos míticos olímpicos, como a tocha olímpica e os anéis olímpicos; e pelo envolvimento com espaços culturais, a chamada olimpíada cultural, paralelamente organizada pelas cidades-sede juntamente com o COI.

À luz do que desenvolve Barthes (2003), o espetáculo olímpico com os mais diversos aparatos tecnológicos, sons, cores, imagens e objetos, constitui-se num ambiente propício para criar mitos. Em geral, escreve este autor, o mito atua mais pela emoção do que por processos racionais. Resultante do espetáculo de entretenimento planetário, altíssimas cifras para participar *in loco* e poucos lugares disponíveis, ou seja, elitização do público nos assentos e massificação das imagens televisionadas.

Infraestrutura



Os documentos da “Folha de S. Paulo” recolhidos a respeito desta categoria totalizaram cento e trinta e uma (131) e a distribuição dos documentos por Jogos Olímpicos é exposta abaixo:

Tabela 5: Distribuição dos documentos as matérias da categoria *Infraestrutura* por Jogos Olímpicos

<i>Jogos Olímpicos</i>	Barcelona (1992)	Atlanta (1996)	Sydney (2000)	Atenas (2004)	Pequim (2008)	Londres (2012)	TOTAL
<i>Número de documentos (Percentual)</i>	07 (6%)	26 (20%)	19 (14%)	27 (20%)	34 (26%)	18 (14%)	131 (100%)

Fonte: “Folha de S. Paulo”

No quantitativo dos documentos na categoria *Infraestrutura*, identificamos que a “Folha de S. Paulo” enfatizou os Jogos de Atlanta-96, os Jogos de Atenas-2004 e os Jogos de Pequim-2008 sob o pano de fundo da segurança, pois, desde os assassinatos ocorridos nos Jogos de Munique, em 1972, essa é uma das preocupações do COI. Nesse sentido, ao longo das edições da “Folha de S. Paulo” observamos de forma freqüente a exposição de dados sobre o esquema de segurança anunciados pelo COI, com vistas a controlar qualquer tipo de ação imprevista nas cidades-sedes, por meio do uso de novas tecnologias de contenção, das minuciosas vistorias aos espectadores e do elevado contingente de agentes nacionais e internacionais em circulação.

A respeito disso, Harvey (2006) diz que a cidade-sede dos megaeventos busca se apresentar ao mundo como uma cidade global, ou seja, como uma cidade favorável e amigável aos negócios, como um lugar seguro para se morar e visitar, para divertir-se e consumir. A tabela abaixo ilustra essa ênfase dada para prover a segurança, transversalmente pelas altas cifras gasta com os sistemas de segurança e pelo número de pessoas envolvidas:

Tabela 6: Despesas e número de pessoas envolvidas com a segurança

<i>Jogos Olímpicos</i>	Barcelona (1992)	Atlanta (1996)	Sydney (2000)	Atenas (2004)	Pequim (2008)	Londres (2012)
<i>Despesas da segurança (dólares)</i>	—	70 milhões	—	1,5 bilhões	—	1,74 bilhões
<i>Números de</i>	18 mil	30 mil	12 mil	70 mil	284 mil	17 mil



pessoas envolvidas

Fonte: “Folha de S. Paulo”

Além da importância dada à exposição da segurança nos Jogos Olímpicos, a “Folha de S. Paulo” também retratou as obras alusivas à reurbanização das cidades-sedes, na medida em que, desde os Jogos de Barcelona-92, têm usado os Jogos Olímpicos como catalisadores de mudanças estruturais, aproveitando as exigências globais do plano geral de organização do COI para suprirem suas demandas locais adjacentes, ou seja, gerindo o conceito de "legado urbano", a partir dos Jogos Olímpicos. Além de apostar nas diferentes formas de intervenções públicas e privadas para promoverem-se como cidades globais.

Fica claro que a trajetória do urbanismo das cidades olímpicas em questão, caracteriza-se, como destaca Mascarenhas (2008, p. 199), “pelo crescente envolvimento com grandes empresas privadas, que fazem prevalecer seus interesses, promovendo um urbanismo de feição neoliberal”, combinado com ações governamentais (nacionais e locais), a fim de projetarem a imagem da cidade em todo mundo. A tabela abaixo assinala o valor despendido com as obras de infraestrutura:

Tabela 7: Valor despendido com as obras de infraestrutura

<i>Jogos Olímpicos</i>	Barcelona (1992)	Atlanta (1996)	Sydney (2000)	Atenas (2004)	Pequim (2008)	Londres (2012)
<i>Valor despendido (dólares)</i>	9,3 milhões	02 bilhões	1,2 bilhão	8,6 bilhões	40 bilhões	30 bilhões

Fonte: “Folha de S. Paulo”

Por conta disso, há uma valorização da cotação dos terrenos urbanos e uma evacuação da classe trabalhadora das ruas, até dos operários migrantes que trabalharam na construção das instalações esportivas olímpicas, como ilustrou a “Folha de S. Paulo” nos Jogos de Pequim-2008. Preuss (2000) aponta que a reurbanização olímpica local tende a refletir a natureza dinâmica das economias regionais e nacionais (caso da infraestrutura dos Jogos de Pequim-08), ou a acelerar a relativa falta de dinamismo de suas economias (caso dos Jogos de Barcelona-92, Jogos de Atlanta-96, Jogos de Sydney-2000, Jogos de Atenas-2004 e predito nos Jogos de Londres-2012).

Nacionalismo



Os documentos da “Folha de S. Paulo” recolhidos a respeito desta categoria totalizaram cento e dezoito (118), distribuídos nas edições segundo os dados abaixo:

Tabela 8: Distribuição dos documentos da categoria *Nacionalismo* por Jogos Olímpicos

<i>Jogos Olímpicos</i>	Barcelona (1992)	Atlanta (1996)	Sydney (2000)	Atenas (2004)	Pequim (2008)	Londres (2012)	TOTAL
<i>Número de documentos (Percentual)</i>	14 (11%)	12 (10%)	17 (15%)	12 (10%)	31 (26%)	32 (28%)	118 (100%)

Fonte: “Folha de S. Paulo”

Identificamos por meio dos documentos o nacionalismo como um tema mais acentuado, nos Jogos de Pequim-2008 e nos Jogos de Londres-2012. Nos Jogos de Pequim-2008, prevaleceu nos documentos da “Folha de S. Paulo” o voluntariado como uma das estratégias da China para aclamar a identidade patriótica, pois o envolvimento dos moradores locais demonstra o sentimento de ufanismo pela nação e do espírito olímpico, além de mostrar ao mundo a condição da cidade de Pequim em realizar, com sucesso, o megaevento.

Taffarel (2012), na crônica “Jogos Olímpicos: exploração via trabalho voluntario”⁴, ao acompanhar o chamado de lançamento do processo seletivo de voluntários jovens para os megaeventos no Brasil, afirma ser o voluntariado mais uma violenta forma de exploração dos trabalhadores, uma vez que as grandes empresas, como as patrocinadoras, obtêm lucros estrondosos à custa da evocação do sentimento de nacionalismo.

Nos Jogos de Londres-2012, a “Folha de S. Paulo” sublinhou a atuação do país-sede de transformar os Jogos Olímpicos em um sucesso ou um fracasso. A referência de sucesso está em atingir o auge no quadro de medalhas, instigando o orgulho nacional. Além das potências olímpicas clássicas, China e Estados Unidos (EUA), estava o Brasil, que, como o país-sede dos Jogos do Rio-2016, começou a investir em uma melhor atuação, por meio de um conjunto de objetivos, metas e ações definidos a partir do Plano Decenal de Esporte e Lazer⁵, que posicionaria o Brasil entre os 10 mais em 10 anos (2010-2020), refletindo as pretensões e os interesses da economia no esporte.

⁴ Fonte disponível em: <http://www.rascunhodigital.faced.ufba.br/ver.php?idtexto=917>.

⁵ O Plano Decenal de Esporte e Lazer (PDEL) foi elaborado no ano de 2010 pelo Ministério do Esporte, durante a realização da III Conferência Nacional do Esporte que tinha como *slogan* "Por um time chamado Brasil", devido à posição do Brasil de cidade-sede da Copa do Mundo, em 2014, e dos Jogos Olímpicos, em 2016.



Midiatização

Os documentos da “Folha de S. Paulo” analisados a respeito desta categoria totalizaram cinquenta e sete (57), assim distribuídos:

Tabela 9: Distribuição dos documentos da categoria *Midiatização* por Jogos Olímpicos

<i>Jogos Olímpicos</i>	Barcelona (1992)	Atlanta (1996)	Sydney (2000)	Atenas (2004)	Pequim (2008)	Londres (2012)	TOTAL
<i>Número de documentos (Percentual)</i>	07 (12%)	07 (12%)	17 (30%)	04 (7%)	08 (14%)	14 (25%)	57 (100%)

Fonte: “Folha de S. Paulo”

Ao longo das seis edições dos Jogos a “Folha de S. Paulo” retratou a inserção do uso da *internet* na midiática, sobretudo, nos Jogos de Londres-2012, devido às redes sociais, via *Facebook* e *Twitter* e a transmissão *online*, a qual iniciou nos Jogos de Sydney-2000. Mas, também enfatizou a preponderância da TV, que ao longo das edições inovou na transmissão das imagens, com o uso de alta tecnologia de comunicação, nesse caso experimentou a transmissão ao vivo em 3D. Corrobora com a interpretação de Bourdieu (1997, p. 124) de que o espetáculo produzido pelas diferentes mídias está sendo “concebido de maneira a atingir e prender o mais duradouramente possível o público mais amplo possível”. Os dados que seguem são ilustrativos:

Tabela 10: Número de Telespectadores por Jogos Olímpicos

<i>Jogos Olímpicos</i>	Barcelona (1992)	Atlanta (1996)	Sydney (2000)	Atenas (2004)	Pequim (2008)	Londres (2012)
<i>Número de Telespectadores</i>	3,5 <i>bilhões</i>	3,5 <i>bilhões</i>	3,7 <i>bilhões</i>	3,9 <i>bilhões</i>	4,4 <i>bilhões</i>	4,8 <i>bilhões</i>

Fonte: “Folha de S. Paulo”

O aumento dos índices de audiência televisivo dos Jogos Olímpicos demonstra, como assinala Debord (1997), que não se poderia esperar outra consequência além da ilusão do

Inicialmente, o PDEL configurou-se como um avanço ao propor um planejamento para as políticas públicas de esporte e lazer para os próximos dez anos. No entanto, com a realização desses espetáculos esportivos planetários não se vislumbra a possibilidade de efetivação da garantia dos direitos sociais, da gestão e do controle democrático e do financiamento previstos no Plano Decenal, conforme aponta Flausino (2013).



espectador diante do objeto contemplado. Ou seja, quanto mais se contempla, menos se vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua existência e se perde do seu próprio desejo. Consequentemente, nega-se a própria realidade, reduz-se à coisa, à própria mercadoria e a forma-mercadoria torna-se preponderante sobre o todo da vida social.

Marketing Olímpico

Os documentos da “Folha de S. Paulo” recolhidos a respeito desta categoria totalizaram quarenta e nove (49), como podem ser visualizados na tabela abaixo:

Tabela 11: Distribuição dos documentos da categoria *Marketing Olímpico* por Jogos Olímpicos

<i>Jogos Olímpicos</i>	Barcelona (1992)	Atlanta (1996)	Sydney (2000)	Atenas (2004)	Pequim (2008)	Londres (2012)	TOTAL
<i>Número de documentos (Percentual)</i>	03 (6%)	15 (31%)	17 (35%)	06 (12%)	05 (10%)	03 (6%)	49 (100%)

Fonte: “Folha de S. Paulo”

Mascarenhas (2012, p. 47) explicita que foi “a evolução do *marketing* esportivo que transformou os Jogos Olímpicos num megaevento empresarial, um empreendimento efêmero, mas enormemente lucrativo e totalmente inserido na economia política global”. A “Folha de S. Paulo” fez referência às alternativas utilizadas por outras empresas, não patrocinadoras oficiais, para divulgar e capitalizar seus produtos na maior competição esportiva, assistida pelo planeta, sem precisar investir cifras altíssimas, estipuladas pelo COI. Vejamos alguns exemplos: apoio financeiro aos Comitês e às Confederações; aposta na distribuição de brindes aos jornalistas e à torcida; inserção de propaganda nas arquibancadas; e acentuação na associação a atletas.

Segundo Melo Neto (2000), as empresas estão destinando cada vez mais investimentos ao esporte e na figura do atleta, porque associar a uma prática saudável, ao lazer e relaxamento das pessoas, envolve paixões e emoções de um grande mercado. E a figura do atleta, como um rentável meio com capacidade para divulgar e vender marcas em TVs, jornais e *sites*, via imagem heróica e *performances* olímpicas. Os esportes e os atletas configuram-se como mercadoria capaz de atrair, envolver e comover um grande público.



Política

A categoria *política* apresentou-se assim distribuída no percurso das edições dos Jogos

Olímpico:

Tabela 12: Distribuição dos documentos da categoria *Política* por Jogos Olímpicos

<i>Jogos Olímpicos</i>	Barcelona (1992)	Atlanta (1996)	Sydney (2000)	Atenas (2004)	Pequim (2008)	Londres (2012)	TOTAL
<i>Número de documentos (Percentual)</i>	01 (3%)	05 (10%)	05 (10%)	12 (25%)	10 (21%)	15 (31%)	47 (100%)

Fonte: “Folha de S. Paulo”

O trato dado às incidências políticas pela “Folha de S. Paulo” declarou a intenção do COI em tornar os Jogos Olímpicos apolíticos. Ou seja, mostrou, gradativamente, o aparente distanciamento dos Jogos Olímpicos frente às relações políticas locais e globais e aproximou-os da ótica econômica, através das iniciativas do COI, como por exemplo: o diálogo com países emergentes da economia mundial; a busca em selar a paz olímpica; a renúncia da participação de países em conflitos; e o impedimento de políticos internacionais nos Jogos Olímpicos, que possam causar aversões e protestos, em especial, a do presidente dos EUA.

É importante pensar com Melo (2009, p. 41), que “os encontros esportivos e suas vivências como algo ‘apolítico’ é parte de uma pedagogia da hegemonia que tenham os esportes como contemporâneo da dominação burguesa”. Os autores Minuzzi, Marin e Frizzo (2013) complementam que o distanciamento da política adotado pelo esporte e sua aproximação diante da face de espetáculo de entretenimento, tem sido elemento de gerenciamento do capital, na medida em que produz novos discursos, propicia inúmeros setores de serviços, adapta interesses antigos a mercados atuais e pressupõe a universalização da paz, da tolerância e da solidariedade entre classes sociais, intensificando a reestruturação do capital em meio à crise estrutural.

Investimentos Econômicos



Os dados dos investimentos econômicos aplicados nos Jogos Olímpicos não foram o enfoque principal dos documentos da “Folha de S. Paulo” nas diferentes edições, como mostra a tabela abaixo:

Tabela 13: Distribuição dos documentos da categoria *Investimentos Econômicos* por Jogos Olímpicos

<i>Jogos Olímpicos</i>	Barcelona (1992)	Atlanta (1996)	Sydney (2000)	Atenas (2004)	Pequim (2008)	Londres (2012)	TOTAL
<i>Número de documentos (Percentual)</i>	01 (3%)	03 (11%)	03 (11%)	02 (8%)	02 (8%)	16 (59%)	27 (100%)

Fonte: “Folha de S. Paulo”

Não obstante, os investimentos econômicos destinados à preparação das delegações olímpicas para os Jogos Olímpicos foram apresentados como destaque, em especial, a do Brasil, pela “Folha de S. Paulo”. À exemplo do plano de ações do governo, composto de estratégias para captar mais recursos e tornar o Brasil uma potência olímpica nos próximos quatro anos, iniciado no governo de Luis Inácio Lula da Silva (2003-2006; 2007-2010). Porém, a “Folha de S. Paulo” deixou visível que apesar do aumento do gasto estatal a cada ciclo olímpico, o Brasil ainda não atingiu a projeção almejada. Mascarenhas (2012, p. 45) explica que a candidatura olímpica está articulada a um projeto mais geral de desenvolvimento nacional, matizado pelo reposicionamento do país na geopolítica mundial e pela recuperação do papel do Estado. O melhoramento nos resultados esportivos internacionais do país, além de medalhas, acende novos negócios.

Manifestação Social

Com menos expressividade de cobertura também aparecem no cenário das diferentes edições da “Folha de S. Paulo” a categoria manifestações sociais, que totalizaram dezessete (17) documentos, como pode ser visualizada na tabela abaixo:

Tabela 14: Distribuição dos documentos da categoria *Manifestação Social* por Jogos Olímpicos

<i>Jogos Olímpicos</i>	Barcelona (1992)	Atlanta (1996)	Sydney (2000)	Atenas (2004)	Pequim (2008)	Londres (2012)	TOTAL
<i>Número de documentos</i>	01 (6%)	04 (23%)	07 (41%)	01 (6%)	02 (12%)	02 (12%)	17 (100%)



(Percentual)							
--------------	--	--	--	--	--	--	--

Fonte: “Folha de S. Paulo”

As manifestações mostram as contradições do espetáculo planetário, embora registradas superficialmente pela “Folha de S. Paulo”, porque surgem como uma resposta de resistência às decisões do Estado, relacionadas à meta de cidade global, requisito do COI para sediar e organizar o espetáculo olímpico de entretenimento. E, de forma específica, se configuram conforme os impactos sociais, que interferem o andamento do cotidiano da classe trabalhadora do país-sede. Significa dizer que as manifestações sociais marcam o processo histórico de realização dos Jogos Olímpicos.

Resgatando Minuzzi, Marin e Frizzo (2013), fica evidente que a presença de poucas matérias publicadas sobre as manifestações sociais, ao longo de vinte anos sobre os Jogos Olímpicos estampa uma mídia que também procura escamotear as contradições sociais e invisibilizar os movimentos sociais.

CONCLUSÃO

Nesta pesquisa, o esforço que empreendemos foi o de compreender as especificidades da configuração de espetáculo de entretenimento planetário dos Jogos Olímpicos e sua relação com a totalidade, utilizando como material de análise a cobertura jornalística realizada pela “Folha de S. Paulo”. Destacamos como parte constitutiva dessa investigação a explicitação do desenvolvimento do esporte-espetáculo articulado à lógica do sistema de produção capitalista, convertendo o tempo livre, como tempo e espaço do agir humano, em tempo de consumo. Assim como, a história dos Jogos Olímpicos na trama da economia, política e cultura, evidenciando seu ‘metamorfoseamento’, isto é, um evento particular que, ao mesmo tempo, estampa e carrega as marcas da própria história universal da sociedade capitalista.

Na profusão dos 734 documentos analisados, ficou evidente que os Jogos Olímpicos são, estrategicamente, produzidos e organizados a partir do seu conteúdo emocional, movendo sensações de ufanismo, superação, oblação e união entre povos, países e continentes. Entrelaça o público, replica as palavras, os símbolos e as técnicas. Mais especificamente, os Jogos Olímpicos entretém o público pelo sentido e sentimento espetacular, pela gigantesca dimensão estrutural, pelos altos investimentos econômicos, pela inserção na agenda política nacional e internacional, pelas tecnologias midiáticas que transpõe a sensação de estar em



lócus, pela acentuação da identidade nacional, pela *performance* dos atletas que enlaça uma série de expectativas e discursos, pelo *marketing* olímpico que impõe desejos e necessidades humanas.

Mas, para não descaracterizar a aura de entretenimento, há claro embotamento das contradições do espetáculo olímpico, ou seja: as denúncias, espionagem, suborno, negociações claras e escuras do COI; os altos valores pagos pelos países para preparar e levar as delegações olímpicas para o país-sede (consequentemente, a exclusão dos países pobres); a associação do esporte olímpico a serviço dos interesses das empresas transnacionais e do Estado, em especial, dos países emergentes; a desvalorização e desqualificação das manifestações sociais ocorridas no cenário dos Jogos Olímpicos; a exploração da mão de obra denominada de "voluntária"; os legados (infraestrutura, conhecimento, economia, comunicações e cultura) e repercussões objetivadas em favor da população do país-sede; as coerências e incoerências das propostas do Dossiê de Candidatura do país-sede; os avanços e retrocessos das políticas públicas derivados do fato de sediar os Jogos Olímpicos; entre outros tantos.

Trata-se de um exemplo singular de espetáculo de entretenimento planetário, de mercadoria para pra entreter grandes públicos, rentável para a indústria, estruturador da ideologia capitalista, organizado sob os interesses do COI e das empresas patrocinadoras, auferido por países desenvolvidos e emergentes, consagrado por atletas profissionais, vivido pela elite e assistido pela classe trabalhadora. Simplificando todo o simbolismo e capital cultural que envolve o esporte ao espetáculo, principal produção da sociedade atual, e à economia política, por meio de significativos investimentos governamentais

OLYMPIC GAMES: WORLD ENTERTAINMENT SPECTACLE

ABSTRACT

This article situates the Olympic Games as a world spectacle of entertainment, explicit in the dimension of the infrastructure, in the expectation of athletes, in the media coverage of the event, in the grounds of the State and in the private interests in hosting the games, in the amount of the economic costs, in the examples of overcoming limits, and in the possibility of enhancing or undermining national pride. The documentary research was conducted, through print media "Folha de S. Paulo" especially in the period from 1992 to 2012. Content analysis has been employed. The Olympic Games are a planetary phenomenon of ideological control



**XIX
CONBRACE**
VI CONICE
08 a 13 de setembro de 2015
VITÓRIA-ES

TERRITORIALIDADE E DIVERSIDADE
REGIONAL NO BRASIL E AMÉRICA LATINA:
SUAS CONEXÕES COM A EDUCAÇÃO
FÍSICA E CIÊNCIAS DO ESPORTE

of capitalist society, transformed into merchandise for the immediate satisfaction of the public, profitable for the entertainment industry; and as an element explorer of state interests.

KEYWORDS: *Olympic Games; Entertainment; Entertainment Spectacle.*

JUEGOS OLÍMPICOS: ESPECTÁCULO DE ENTRETENIMIENTO MUNDIAL

RESUMEN

Este artículo sitúa los Juegos Olímpicos como espectáculo de entretenimiento mundial, de manera explícita en el tamaño de la infraestructura, en el desempeño de los atletas, en la cobertura mediática del evento, en las razones estatales y en los intereses privados de alojamiento, en el importe de los costes económicos, en los ejemplos emocionantes de superación y en la oportunidad de enaltecer o abalar el orgullo nacional. La investigación documental fue realizada, a través del análisis de la imprenta y los medios digitales "Folha de Sao Paulo" especialmente entre los años 1992 y 2011. Se utilizó el análisis de contenido. Los Juegos Olímpicos se presentan como un fenómeno planetario de control ideológico de la sociedad capitalista, convertido en una mercancía para la satisfacción pública inmediata y rentable para la industria del entretenimiento; y como un elemento gestor de los intereses del Estado.

PALABRAS CLAVES: *Juegos Olímpicos; Entretenimiento; Espectáculo Deportivo.*

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2007.

BARTHES, R. *Roland Barthes por Roland Barthes*. Trad. Leyla Perrone-Moisés. São Paulo: Estação Liberdade, 2003.

BOURDIEU, P. Como é possível ser esportivo?. In: BOURDIEU, P. *Questões de Sociologia*. Trad. Jeni Vaitsman. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983. p. 136-153.

DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FLAUSINO, M. *Plano decenal: as políticas públicas de esporte e Lazer em jogo*. 2013. 153 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física), Faculdade de Educação Física, Universidade de Brasília-UNB, Brasília, 2013.

GABLER, N. *Vida – O Filme: como o entretenimento conquistou a realidade*. São Paulo: Companhia da Letras, 2000.

HARVEY, D. *A produção capitalista do espaço*. 2ª ed. São Paulo: Annablume,



2006.

MAY, T. *Pesquisa Social. Questões, métodos e processos*. 3ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

MASCARENHAS, F. Megaeventos esportivos e Educação Física: alerta de tsunami. *Movimento*, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 39-67, jan./mar. 2012.

MASCARENHAS, G. Megaeventos esportivos e urbanismo: contextos históricos e legado social. In: RODRIGUES, R; TERRA, L; DACOSTA, L (orgs.). *Legados de megaeventos esportivos*. Brasília: Ministério do Esporte, 2008. p.195-199.

MELO, M de. Organismos Internacionais e Grandes Eventos Esportivos: novas dinâmicas da dominação burguesa para o século XXI. *Motrivivência*, Florianópolis, n. 32/33, p. 28-48, jun./dez. 2009.

MELO NETO, F. *Marketing Esportivo*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.

MINUZZI, E; MARIN, E; FRIZZO, G. As Manifestações Sociais como contratendência ao espetáculo olímpico de entretenimento planetário. *Motrivivência*, Florianópolis, n. 41, p. 27-41, jun./dez. 2013.

PREUSS, H. *Economics of olympic games: Hosting the Games 1972-2000*. Sydney: Walla Walla Press, 2000.

SIMSON V. Y. V; JENNINGS Andrew. *Os senhores dos anéis: poder, dinheiro e drogas nas Olimpíadas Modernas*. São Paulo: Best Seller, 1992.