



JOGOS OLÍMPICOS DA ERA MODERNA: ENTRE A TRADIÇÃO, MEGAEVENTOS E ESPETACULARIZAÇÃO DA MÍDIA

Resumo - Desde sua primeira realização, mais de um século atrás, o Movimento Olímpico da Era Moderna revela uma relação próxima com a dinâmica da sociedade, uma vez que já se viu envolvida em situações extra esportivas que alteraram seus rumos e determinaram novos pontos de vista. A ideia de Coubertin, desde o princípio, era de um evento grandioso, diferente das competições amadoras e que atraísse a atenção do público, sobretudo dos jovens. Desde sua concepção em 1896, os Jogos Olímpicos Modernos cresceram e ganharam símbolos e rituais próprios, tornando-se um megaevento e um grande negócio. Assim, os Jogos passam a ser idealizados com a premissa de espetáculos cada vez maiores, fato este que se deve, entre outros fatores a cobertura midiática. Este estudo de pesquisa bibliográfica tem por objetivo discutir as transformações históricas ocorridas com o surgimento e realização dos Jogos Olímpicos da Era Moderna, bem como identificar as relações existentes nas mudanças ocorridas na realização deste fenômeno esportivo e a mídia. Analisar o percurso histórico dos Jogos Olímpicos e sua relação com a mídia pode nos permitir entender a negação do seu ideário original, ou pelo menos, o abalo na crença dos Jogos como uma competição 'pura', limpa de interesses políticos e comerciais, direcionada para o engrandecimento da cultura física universal.

Palavras-chave: Jogos Olímpicos; tradição; evento; espetáculo; mídia.

MODERN AGE OLYMPIC GAMES: BETWEEN TRADITION, MEGA-EVENTS AND MEDIA SPECTACULARIZATION

Abstract - Since its first realization more than a century ago, the Olympic Movement of the Modern Era reveals a close relationship with the dynamics of society, as it has been involved in extra-sporting situations that have altered its course and determined new points of view. Coubertin's idea, from the beginning, was for a grand event, different from amateur competitions, that would attract the attention of the public, especially young people. Since its conception in 1896, the Modern Olympics have grown and gained their own symbols and rituals, becoming a mega event and a big business. Thus, the Games have been idealized with the premise of increasingly larger spectacles, a fact that is due, among other factors, to media coverage. The purpose of this bibliographical research study is to discuss the historical transformations that took place with the emergence and holding of the Olympic Games in the Modern Era, as well as to identify the relations existing in the changes that took place in the holding of this sporting phenomenon and the media. Analyzing the historical course of the Olympics and its relationship with the media may allow us to understand the denial of its original ideology, or at least, the shaking in the belief of the Games as a 'pure' competition, clean of political and commercial interests, directed to the magnifying of the universal physical culture.

Keywords: Olympic Games; tradition; event; spectacle; media.

LOS JUEGOS OLÍMPICOS DE LA ERA MODERNA: ENTRE LA TRADICIÓN, LOS MEGAEVENTOS Y LA ESPECTACULARIZACIÓN MEDIÁTICA

Resumen - Desde su primera realización, hace más de un siglo, el Movimiento Olímpico de la Era Moderna revela una estrecha relación con la dinámica de la sociedad, ya que se ha visto envuelto en situaciones extradeportivas que han cambiado su rumbo y han determinado nuevos puntos de vista. Desde el principio, la idea de Coubertin fue la de un evento grandioso, diferente de las competiciones de aficionados, que atrajera la atención del público, especialmente de los jóvenes. Desde su concepción en 1896, los Juegos Olímpicos Modernos han crecido y han adquirido sus propios símbolos y rituales, convirtiéndose en un mega evento y un gran negocio. Así, los Juegos se han idealizado con la premissa de espectáculos cada vez más grandes, hecho que se debe, entre otros factores, a la cobertura mediática. El propósito de este estudio de investigación bibliográfica es discutir las transformaciones históricas que han tenido lugar con el surgimiento y la celebración de los Juegos Olímpicos en la Era Moderna, así como identificar las relaciones existentes en los cambios que han tenido lugar en la celebración de este fenómeno deportivo y los medios de comunicación. Analizar el curso histórico de los Juegos Olímpicos y su relación con los medios de comunicación puede permitirnos entender la negación de su ideología original, o al menos, el tambaleo en la creencia de los Juegos como una competición 'pura', limpia de intereses políticos y comerciales, dirigida a la magnificación de la cultura física universal.

Palabras-clave: Juegos Olímpicos; tradición; evento; espectáculo; medios de comunicación.

Bruno José de Queiroz Brito

bjqbrito@gmail.com

Universidade Federal da Bahia, Brasil

<http://dx.doi.org/10.30937/2526-6314.v6.id139>

Recebido: 02 dez 2021

Aceito: 16 fev 2022

Publicado: 17 fev 2022

Introdução

Ao analisarmos a Civilização Helênica, mito e história se fundem em vários momentos, ganhando até uma certa unidade. No entanto, na era moderna, os Jogos Olímpicos apresentam contradições ao compararmos com os antigos Jogos Gregos. Elias e Dunning¹, a título de exemplo, refutam a ideia disseminada por muitos historiadores, que consideram o esporte como uma continuidade ou um ‘renascimento’ de competições atléticas da antiguidade. Citam, entre outros fatores, a realização propriamente dita dos Jogos Gregos, que se desenvolveram em condições muito distintas das apresentadas na Era Moderna. Os autores interpretam o surgimento do esporte na era moderna não como uma reedição de tradições gregas, mas como um processo cultural de ‘esportização’ de atividades lúdicas que implicam esforço físico, processo cuja dinâmica dá origem a um conjunto de práticas sociais completamente distintas.

Em mais de 100 anos desde sua primeira realização, o Movimento Olímpico da Era Moderna dá mostras de uma relação próxima com a dinâmica da sociedade e apesar do Comitê Olímpico Internacional (COI) afirmar que é uma instituição apolítica e seguir normas estatutárias através da Carta Olímpica² (que define os direitos e obrigações dos Comitês e Federações) se viu envolvido em situações extra esportivas que alteraram seus rumos e determinaram novos pontos de vista. Neste mesmo sentido, Rubio³, afirma que, diferentemente da cultura helênica, na qual o período dos Jogos representava um momento de trégua nas guerras e conflitos, os Jogos Olímpicos Modernos já sofreram interrupções por duas grandes guerras, além de boicotes promovidos por Estados Unidos e União Soviética na década de 1980, indicando que o movimento olímpico não é tão apolítico como se propaga.

As manifestações culturais e as competições esportivas passam a ser inseridas no rol dos megaeventos e se transformaram em um grande negócio na atualidade. Para Paiva⁴, essa nova concepção, fornece suporte para obtenção de seus objetivos o uso da imagem como estratégia simbólica, o autor afirma que neste contexto, o esporte é um dos grandes protagonistas do entretenimento, sendo produzido e consumido como um espetáculo, proporcionando um processo de acumulação desde uma base não produtiva. Amaro et al.⁵, afirmam que se pode partir da hipótese de que estes ritos olímpicos se tornaram megaeventos ao mesmo tempo em que a presença dos meios de comunicação em sua cobertura se tornou mais forte, o que aumentou consideravelmente o interesse do

público, exigindo espetáculos cada vez mais grandiosos. Para os autores, não é possível entender este fato social sem a midiaticização que o permeia.

Desta forma, o objetivo deste artigo é discutir as transformações históricas ocorridas com o surgimento e realização dos Jogos Olímpicos da Era Moderna, bem como identificar as relações existentes nas mudanças ocorridas na realização deste fenômeno esportivo e a mídia.

Este estudo se pautou no método qualitativo, com dados obtidos pelo uso da pesquisa bibliográfica. A delimitação do tema estabeleceu a necessidade de um trabalho interdisciplinar e por essa razão, a pesquisa abrange diversas áreas de conhecimento, tornando-se um campo de investigação apropriado para que conceitos de diversas áreas pudessem ser avaliados na sua aplicabilidade em conjunto. A pesquisa bibliográfica foi realizada através de artigos que tratassem da história dos Jogos Olímpicos Modernos, bem como os que tratavam da discussão dos megaeventos esportivos e da relação dos Jogos Olímpicos com a mídia.

O estudo acerca do percurso histórico da realização dos Jogos Olímpicos e sua relação com a mídia pode nos permitir entender a negação do seu ideário original, ou pelo menos, o abalo na crença dos Jogos Olímpicos como uma competição ‘pura’, limpa de interesses políticos e comerciais, direcionada para o engrandecimento da cultura física universal⁶.

Jogos Olímpicos da era moderna: concepção e tradições

Analisar os Jogos Olímpicos, um fenômeno sociocultural que atravessa um período repleto de singularidades como o século XX requer a clareza dos diversos momentos sobre os quais se fala. Da conjuntura pré Primeira Guerra à pós-modernidade muitos são os movimentos implicados na compreensão não só da geopolítica mundial como das distinções e exclusões promovidas pelas diversas crises de identidade geradas pela criação e negação de nações e Estados, bem como das questões próprias do esporte como o amadorismo, a profissionalização ou o *fair play*⁷.

Os antigos Jogos Olímpicos eram festivais sagrados, onde os atletas competiam para servir aos deuses, por outro lado, os Jogos Olímpicos Modernos, nascem como um evento laico e sem nenhuma relação com a divindade, foram recriados por Pierre de Coubertin e tiveram sua primeira edição em 1896, em Atenas. O projeto de restauração

dos Jogos Olímpicos foi apresentado em junho de 1894, na Sorbonne em Paris, diante de uma plateia que reunia aproximadamente duas mil pessoas, das quais 79 representavam sociedades esportivas e universidades de 13 nações. Os Jogos ocorreriam de quatro em quatro anos como na Antiguidade, alternando-se a cada dois anos entre os Jogos de Verão e os de Inverno^{7,8}.

A ideia de Coubertin, desde o princípio era fundamentada em um evento grandioso, diferenciando-se das competições até ali realizadas e que fosse capaz de atrair a atenção do público jovem. Ainda no primeiro ano de inserção da ideia olímpica em nível mundial, foi criado o Comitê Olímpico Internacional (COI) e, dois anos depois, em 1896, os Jogos Olímpicos de Atenas, primeira competição da era moderna.

Os Jogos passaram por um período inicial de formação e para o pesquisador alemão de estudos do esporte Arnd Krüger⁹, a dimensão de um evento esportivo global só foi alcançada em 1908, nos Jogos de Londres. Este fato pode ser explicado com a consolidação dos princípios formativos através da publicação, neste mesmo ano da Carta Olímpica, sob o título de *Annuaire du Comité International Olympique*¹⁰. Algumas das regras presentes ali já tinham sido escritas por Coubertin em 1898. Na ocasião ele redigiu um documento que definia a codificação dos princípios fundamentais do Olimpismo, as regras e os estatutos adotados pelo COI. Este documento que existe até hoje, com as devidas atualizações, foi publicado com diferentes nomenclaturas: *Annuaire*, *Règles Olympiques*, *Olympic Rules and Regulations ou Statuts*, passou a adotar o nome Carta Olímpica em 1978, após os Jogos de Montreal.

Desde sua concepção em 1896, os Jogos Olímpicos Modernas cresceram e ganharam símbolos e rituais próprios, tornando-se um evento singular no calendário esportivo mundial. É importante destacar que esses símbolos não tinham a ver com os antigos Jogos gregos, para Hobsbawm e Ranger¹¹

As tradições devem ser, neste sentido, nitidamente diferenciadas dos “costumes” vigentes nas sociedades ditas “tradicionais”. Os objetivos e as características das tradições, inclusive das inventadas, é a invariabilidade. O passado real ou forjado a que se referem impõem práticas fixas, tais como a repetição. A característica de repetição foi utilizada por Coubertin ao tentar acentuar no final do século XIX que os Jogos Olímpicos Modernos se tratavam do mesmo evento que aconteceu na antiguidade grega (p. 10).

Logo nas primeiras edições dos Jogos Modernos, diversas tradições foram criadas visando à abertura do evento. Em Estocolmo (1912), ocorreu o primeiro desfile das delegações nacionais. Em 1920, na Antuérpia, foi apresentada a bandeira olímpica, criada pelo próprio Coubertin, com os anéis olímpicos, que representam os cinco continentes unidos; ainda em 1920, Victor Boin, um esgrimista belga, pronunciou o solene juramento olímpico. Em Amsterdã, 1928, os organizadores instituíram o momento de acendimento da chama olímpica, tradição que trouxe um novo episódio para a cerimônia de abertura: o acendimento da pira olímpica. Em 1936 (Berlim), teve início o revezamento da tocha, que percorria o caminho de Olímpia (Grécia) até a cidade-sede. Após o acendimento, a chama da tocha de revezamento inicia seu percurso no Estádio Olímpico de Atenas, rememorando os criadores dos Jogos da Antiguidade, até inflamar a pira olímpica da cidade-sede¹².

Existem ainda outras tradições recentes que nasceram a partir do desenvolvimento dos Jogos Olímpicos Modernos, como as vilas olímpicas, que surgiu em Berlim em 1936; as medalhas, que foram instituídas em 1904 nos Jogos de Saint Louis; o Museu Olímpico inaugurado em 1993, pelo então presidente do COI Juan Antônio Samaranch, na Suíça; e os selos comemorativos em 1896, que vieram para auxiliar a complementação das verbas, pois 50% da renda obtida foi para a organização dos Jogos Olímpicos¹³.

Após os Jogos de 1932, em Los Angeles, o cenário começa a assemelhar-se mais ao que presenciamos hoje, exercendo impactos profundos no cotidiano do país anfitrião repercutindo globalmente. A escolha por Atenas como sede, no final do século XIX, está relacionada a valorização da tradição dos Jogos, as disputas entre as cidades candidatas a sediar os Jogos Olímpicos tornaram-se cada vez mais disputadas no decorrer do século XX. No processo de seleção entre as cidades são avaliados critérios como: as instalações poliesportivas existentes e sua adaptação; criação de um novo projeto olímpico; repasse das instalações para a população; apoio da população civil; estrutura de turismo e de lazer; sistema de transporte; facilidade de telecomunicações; segurança; deslocamentos; alinhamento do projeto urbano com o projeto olímpico, entre outros¹⁴.

Em sua origem, os Jogos Olímpicos sempre estiveram ligados a rituais, atos solenes que ampliavam a imponência cultural do evento na Grécia Antiga, já que os gregos eram extremamente envolvidos com a arte. Dessa forma, as comemorações e os festivais de dança realizados junto aos Jogos, motivaram Coubertin a inserir um festival

de cultura como parte das cerimônias olímpicas na etapa moderna, buscando assim, reviver a tradição grega de celebrações quadrienais do atletismo e das artes exercidas em Olímpia a partir de 776 a.C.^{15,16}. Nos antigos jogos, atletas, filósofos, estudiosos, poetas, músicos, escultores e líderes de alto nível exibiam seus talentos, evidenciando os valores estéticos da sociedade, elucidada pela admiração da beleza física, retratada principalmente nas competições, onde os participantes se enfrentavam nus. Utilizando-se desta motivação, Coubertin dedicou-se para que os ideais olímpicos incentivassem seus adeptos a treinar o corpo concomitantemente às práticas intelectuais¹⁶⁻¹⁸.

Com o passar dos anos, os Jogos Olímpicos ganham a magnitude pretendida pelo projeto inicial de Coubertin, a custo da perda de alguns ideais e valores simbólicos que possuíam em sua origem. Para Mascarenhas et al.¹⁹, os Jogos Olímpicos contemporâneas proporcionam um intenso investimento discursivo, ligado a uma retórica comungada à articulação de interesses públicos e privados, que alinha países e cidades de todo o mundo na disputa pela obtenção do direito de sediar megaeventos esportivos. Sedar estes megaeventos servirá, entre outros fatores, como alavanca para impulsionar a economia local e redefinir a imagem do país e/ou cidade no cenário mundial.

O megaevento olímpico: espetacularização e mídia

A tendência do ser humano ao agrupamento não é um privilégio da atualidade. Desde a antiguidade, através do seu caráter social, o homem se mostra extremamente voltado aos festejos e celebrações, ou seja, aos eventos. As guerras, comemorações, os ciclos da natureza, tudo proporcionava ocasiões para a realização de eventos que fossem capazes de cumprir os anseios dos homens se sentirem ligados ao seu passado, seu futuro e ao divino, além serem uma forma de transcender a dureza do dia a dia²⁰.

Nos dias atuais é difícil imaginar um dia sem eventos, acerca disto, Gutierrez & Silva²¹ afirmam que os mesmos constituem a mais nova mídia atuante em nosso meio e que se tornaram estratégias de comunicação ligadas a produtos e marcas de todos os tipos. Justificam ainda que os eventos são capazes de mobilizar a opinião pública, causar controvérsia, criar fatos, tornam-se acontecimentos e despertam emoções. O evento possui, portanto, um caráter eminentemente aproximativo, dialógico e midiático. É aproximativo, pela interação que promove entre as pessoas, já que são capazes de unir grupos dos mais distintos em torno de um tema comum; dialógico, pois incentivam a

conversação, criando emoções e sentimentos comuns de pertencimento e midiáticos, já que os eventos são geradores de notícias, que repercutem informações em relação à instituição que os organiza e a cidade que os abriga²².

Os megaeventos são os eventos que ocorrem em larga escala, tem caráter dramático e espetacular, seduzem as massas populares e recebem o devido reconhecimento internacional. Provocam ainda consequências importantes para a cidade/país sede, que se beneficiam de expressiva cobertura e atenção da mídia e representam uma interrupção na administração ordinária do tecido urbano²³. O papel dos megaeventos esportivos passou a ser associado ao desenvolvimento econômico, à regeneração urbana, à impactos sociais positivos e ao crescimento ou a consolidação das coalizões urbanas que são úteis para o gerenciamento da cidade em todos os seus aspectos^{24,25}.

Os Jogos Olímpicos tornaram-se os maiores festivais da humanidade e a estética passou a exercer um papel de extrema importância. Os espetáculos passaram a ser idealizados pela busca de retomada das formas de expressão que foram de grande interesse na antiga sociedade grega, evidenciando assim as artes²⁵. Estes eventos festivos passaram a ser estudados e podem ser caracterizados conforme o conceito de performance, que para Burke²⁶, “[...] os estudos mais recentes sobre festas, por outro lado, enfatizam que a performance nunca é uma mera interpretação’ ou expressão, mas tem um papel mais ativo, de vez que a cada ocasião o significado é recriado (p.123)”.

Desde sua origem, evento e espetáculo são dois conceitos entrelaçados, com expressivo conteúdo espacial, uma vez que historicamente, os espaços produzidos pelo poder (arquitetura e cidade), possuem a dupla função de palco e cenário de realização desses megaeventos, ao mesmo tempo que, como objetos, conformam, expressam e simbolizam eles mesmos o caráter extraordinário e espetacular que é pretendido. Os megaeventos contemporâneos (sobretudo os esportivos), apesar de serem realizados de forma pontual no tempo e espaço, tem a condição de megaevento justificada por seu caráter multidimensional, que se traduzem em diversas práticas, ações e dimensões econômicas, políticas e simbólicas que apontam para um elevado nível de articulação entre os lugares e os agentes envolvidos globalmente, traduzindo-se em uma complicada trama de interesses, conexões e conflitos^{5,27}.

As manifestações culturais e competições esportivas ao serem inseridas na pauta dos megaeventos se transformam em um grande negócio na atualidade, tendo como suporte para a obtenção de seus objetivos o uso da imagem como estratégia simbólica. Dessa forma, o esporte passa a ser um dos grandes protagonistas do entretenimento, sendo produzido e consumido como um espetáculo. Para Paiva⁵, essa dimensão econômica associada aos megaeventos assumiu uma complexidade à altura da visibilidade midiática do evento em questão, proporcionada pelos avanços da tecnologia, tornando-se ele mesmo um megaevento econômico.

Hepp e Couldry²⁸ ampliam o conceito de eventos midiáticos a partir da globalização e de uma estrutura de poder multifacetada dos processos de comunicação, justificam que são reforçados pelo papel da internet e da produção multiplataforma característica das mídias digitais. Com a inserção midiática, os mais belos espetáculos esportivos, passaram a fazer parte do cotidiano e da memória coletiva da população mundial. Este universo cresceu de modo extraordinário a cada jogada, cada recorde estabelecido, gerando ainda mais fascínio pelo mundo. Nos Jogos Olímpicos está o ápice de todos os espetáculos esportivos.

A relação entre a mídia e os Jogos Olímpicos é tão inerente que a Carta Olímpica de 1930² já previa a cobertura por meio de fotos e cinematografia das atividades esportivas realizadas. A regra XXVII, “A obtenção de fotografias e imagens (p.30)”, evidencia que: “A Comissão Organizadora deve tomar as medidas necessárias para fazer um registro dos Jogos por meio de fotografia e imagens em movimento, mas deve organizar e limitar estes serviços, de tal forma que eles não interfiram com a condução dos Jogos (p.30)”. A Carta Olímpica mais recente²⁹ possui cinco incisos em seu artigo 48 – “Cobertura Midiática dos Jogos Olímpicos (p.87)” que demonstram a evolução do pensamento sobre a mídia e o reconhecimento de sua importância.

A primeira cerimônia dos Jogos Modernos ocorreu em 1896 em Atenas, de forma modesta e pouco difundida. Foi uma edição de curta duração, porém marcada como a abordagem inicial para esta nova forma de evento. O primeiro desfile dos atletas aconteceu em Londres (1908), divididos em grupos por país e organizados em ordem alfabética, tendo como referência a ortografia britânica. Em Estocolmo (1912) é realizado o primeiro filme de uma edição dos Jogos Olímpicos, esse registro do evento é considerado um acontecimento histórico, o que possibilitou as futuras gerações realizar

reflexões acerca das mudanças sociais culturais e políticas que moldaram a história atual^{30,31}.

Após os jogos de Paris (1924) o COI começa a desenvolver seu próprio comércio de marketing, o estádio olímpico passa a ser inteiramente comercializado. Quatro anos depois, em Amsterdã, iniciou-se o processo de venda dos direitos de fotografias do evento, nesta edição a chama olímpica esteve presente no estádio pela primeira vez, ato que se repetiu em Lake Placid (1932) e Los Angeles (1932)^{31,32}. Em Berlim (1936), o espetáculo cênico de vasta amplitude começa a ser realizado como um impulsionador da identidade nacional do país sede, projetado pelo país sede³³, esta edição é considerada como o primeiro megaespetáculo dos Jogos Olímpicos. Pela primeira vez o evento foi transmitido em cinemas, sendo registrado no filme documentário da XI Olimpíada, lançado em 1938. Em Berlim, o espetáculo se solidificou e conforme Debord³⁴, “[...] não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens (p.38)”.

Com a explosão da Segunda Guerra Mundial, os jogos de 1940 e 1944 não foram realizados, com o pós-guerra as transmissões televisivas evoluíram e efetivamente chegaram à casa das pessoas. Em Londres (1948) inicia-se o que viria a se tornar o negócio bilionário dos dias atuais: a venda de direitos de transmissão dos Jogos. Tanto Helsinque (1952) quanto Melbourne (1956) não trouxeram inovações de marketing, estas edições não tiveram transmissão televisiva devido a um boicote da indústria, diferentemente de Roma (1960), edição que marca o começo das vendas televisivas em massa dos Jogos Olímpicos, quando o evento foi transmitido para 18 países. Essa edição marca ainda, a primeira entrega solene de medalhas nos pescoços dos atletas³⁵.

Em 1968, no México, as transmissões em cores começam a ser propagadas. O evento foi transmitido para 400 milhões de telespectadores em todo mundo, foram utilizadas 45 câmeras que transmitiam 45 horas de filmagens em cores. A cada edição as cerimônias de abertura contavam com um espetáculo cênico mais elaborado e criativo, impressionando os telespectadores de todo mundo e impressionando as plateias presentes³⁶. As representações televisivas continuam a evoluir a cada edição dos Jogos e transformam o evento esportivo em um confronto entre campeões de diferentes nações, para Bourdieu³⁷ há uma “[...] construção social do espetáculo olímpico, das próprias competições, mas também de todas as manifestações de que elas são cercadas, como os

desfiles de abertura e de encerramento (p.124)”. Nessa visão, o evento torna-se mero produto comercial, obedecendo a lógica de mercado e sendo concebido para atingir e reter o público pelo maior tempo possível.

Dentro do espetáculo que se tornaram os Jogos Olímpicos, destacam-se as cerimônias de abertura que visam apresentar suas nações sede ao mundo. As celebrações atingiram amplitudes faraônicas, tornando-se mais que apenas uma parte do megaevento olímpico, firmaram-se como fenômenos culturais e espetáculos globais que passam a atrair a audiência de bilhões de pessoas, sendo considerados um megaespetáculo³⁸. Com a acelerada evolução tecnológica, os organizadores dos jogos transformam as festividades que cercavam os atos protocolares, em espetáculos colossais de entretenimento³⁶.

Nos anos 1980, o COI abdica do amadorismo para que tornasse seu principal produto gigantesco, lucrativo e quase descomunal. Para isso, permitiu a entrada de profissionais como tenistas (que voltaram ao programa olímpico em Seul, 1988) e jogadores da NBA. A queda da restrição impulsiona interesse e audiência no evento. Isso só foi possível devido ao espanhol Juan Antonio Samaranch, que assumiu a presidência do COI em 1980. Suas ações na chefia ficaram conhecidas como “Revolução de Samaranch”, para ele, as mudanças introduzidas ao longo de suas gestões foram uma consequência dos desmedidos custos na realização dos eventos e ainda do desejo de não exclusão da participação de ídolos no esporte. Nesse sentido, a comercialização dos Jogos Olímpicos e a profissionalização dos atletas foram mudanças inevitáveis e incontestáveis³⁹.

A mídia, através dos meios de comunicação, como a televisão, os jornais, a internet e outros meios, são ferramentas de extrema importância para a consolidação dos Jogos em todo o mundo. Por meio destes que os espectadores podem acompanhar os preparativos e acontecimentos decorridos no período pré-Jogos Olímpicos e efetivamente durante os jogos, a abertura, quebra de recordes, vitórias e decepções. A mídia é ainda, responsável por informar, transmitir e divulgar os acontecimentos, Oliveira et al.⁴⁰, definem a mídia como

Um instrumento que não apenas reproduz, mas também produz informações e sentidos, se efetivando como ferramenta de construção simbólica dos acontecimentos. Isso significa dizer, que a mídia apresenta-se sob várias formas, se utilizando de atributos e influência, para expor e produzir seus sentidos (p.2).

Os autores supracitados acreditam que a mídia tem uma intenção de que pode estar em vender produtos que a ela são vinculadas e/ou vender maneiras de pensar. Afirmam que a mídia não é neutra e que o esporte é um produto que contagia o mundo com sua espontaneidade, prazer proporcionado e dá lucro com a emoção levada aos espectadores. Para eles “[...] o esporte vende de tudo e de várias formas, seja negociando moda e/ou estilo de vida através dos modismos, equipamentos, acessórios e ideias, criando no cidadão novas necessidades (p.2)”⁴⁰.

Ao ampliarem sua dimensão, os Jogos redimensionam suas potencialidades e níveis de demanda exigidos dos países que abrigam as competições. Ao deixar de ser apenas mais um evento no calendário mundial os Jogos Olímpicos se inserem no grupo dos mega acontecimentos. Bourdieu³⁷, reconhece o impacto dos meios de comunicação propondo um entendimento dos Jogos como uma construção social em dois níveis: o evento composto por atletas, dirigentes, médicos, árbitros e voluntários, é transformado em discurso pelos agentes da mídia (jornalistas, operadores de câmera e comentaristas). A onipresença midiática das competições esportivas e cerimônias olímpicas não tornou a representação ao vivo menos atrativa, para Rial⁴¹, “O esporte, assim, prescinde do espaço – mas não do tempo (p. 68)”.

Considerações finais

Os antigos Jogos Olímpicos eram festivais sagrados, onde os competidores serviam aos deuses. Na era moderna, as Olimpíadas apresentam contradições quando comparadas com os antigos Jogos, contradizendo a ideia de que sejam uma continuidade ou uma forma de reviver os Jogos Gregos. Desde as primeiras edições diversas tradições olímpicas foram criadas e com o passar dos anos, o evento ganha a grandiosidade pretendida por Coubertin.

A transmissões televisivas foram protagonistas na ruptura da forma de construção das narrativas em torno dos Jogos Olímpicos, o desenvolvimento das transmissões trouxe uma projeção dos jogos como uma ferramenta comercial. O surgimento da internet e das redes sociais também foi um ponto de virada no processo de construção das narrativas olímpicas, amplificando a participação do público na construção dos conteúdos e narrativas. Os Jogos adquirem assim uma nova perspectiva quando analisados pelo ângulo da inserção da mídia e dos consequentes avanços tecnológicos, de certa forma é

impossível atualmente, entender o fenômeno global em que os Jogos se transformaram sem o auxílio da mídia.

Os Jogos Olímpicos, assim como outros eventos culturais e esportivos se tornaram um megaevento e um grande negócio atualmente. Considerado o maior festival da humanidade e com a inserção dos meios de comunicação, os Jogos passam a ser idealizados com a exigência de espetáculos cada vez mais extraordinários. Com toda a cobertura midiática, maior a cada edição, os megaeventos olímpicos atraem cada vez mais interesse do público e passa a fazer parte do cotidiano e da memória das pessoas em todo o mundo. Nesse sentido, se torna viável analisar e refletir acerca dos impactos e relações presentes no modo como as transformações culturais e sociais contemporâneas tecnológicas impactam no desenvolvimento histórico dos Jogos Olímpicos.

Referências

- 1 Elias N, Dunning E. *A Busca da excitação*. Lisboa: Difel; 1992.
- 2 Comitê Olímpico Internacional. *Carta Olímpica*. Lausanne: 1930.
- 3 Rubio K. *O Atleta e o mito do herói*. São Paulo: Casa do Psicólogo; 2001.
- 4 Amaro F, Mostaro F, Helal R. Mídia e megaeventos esportivos: as cerimônias de abertura dos Jogos Olímpicos de Atenas-1896 a Londres-1948. *Logos*. 2014;40:1-24.
- 5 Paiva RA. Megaeventos: a arquitetura do espetáculo e o espetáculo da arquitetura. *Risco: Revista de Pesquisa em Arquitetura e Urbanismo* (online). 2019;17:97-114.
- 6 Pires G. Olimpismo e ideologia: o desporto a serviço da humanidade. In: Turini, M, Da Costa, LP. *Coletânea de textos em estudos olímpicos*. Rio de Janeiro: Ed. Gama Filho; 2002.
- 7 Rubio K. Jogos Olímpicos da Era Moderna: uma proposta de periodização. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*. 2010;24(1):55-68.
- 8 Helal R. *O que é sociologia do esporte*. São Paulo: Brasiliense; 1990.
- 9 Krüger A. *The unfinished symphony: a history of the Olympic Games from Coubertin to Samaranch*. In: Riordan J, Krüger A. *The international politics of sport in the 20th century*. London: Spon; 1999.
- 10 CIO. *Annuaire* [citado 12 dez 2021]. Lausanne: IOC, 1908. Disponível em: <http://www.olympic.org/olympic-charters?tab=1>.
- 11 Hobsbawm E, Ranger T. *A Invenção das tradições*. São Paulo: Paz e Terra S.A; 1997.
- 12 Montanha F, Mostaro F. As cerimônias de abertura dos Jogos Olímpicos de Atenas/1896 a Londres/1948 nas páginas do *Jornal do Brasil*. In: Intercom, XXXVII, 2014, Foz do Iguaçu. *Comunicação: Guerra & Paz, Intercom. XXXVII Congresso de Ciências da Comunicação, Intercom; 2014*.
- 13 Pahud JF. O Museu olímpico. In: Filho M, Silva M, Da Costa, L. *Numismática, filatelia e memória olímpica*. Rio de Janeiro: Gama Filho; 2002.
- 14 Bittencourt A. Cidades candidatas versus cidades olímpicas: o processo de eleição, o sucesso, o fracasso, a modelagem e os conceitos de real valor. In: Tavares O, Costa L. *Estudos olímpicos*. Rio de Janeiro: Gama Filho; 1999.

- 15 García B. The concept of olympic cultural programmes: origins, evolution and projection [citado 10 fev 2022]. Barcelona: Centre 'estudis límpics', 2010. Disponível em: <https://web.uri.edu/iaics/files/08WichianLattipongpun.pdf>.
- 16 Coubertin P de. Olimpismo: seleção de textos. Lausanne, Switzerland: Comitê Internacional Pierre de Coubertin, 2015.
- 17 Hanna M. Reconciliation in olympism: indigenous culture in the Sydney Olympiad. Sydney: University Of New South Wales; 1999.
- 18 Lattipongpun W. The origins of the Olympic games' opening and closing ceremonies: artistic creativity and communication. *Intercultural Communication Studies*. 2010; 19(1):103-120.
- 19 Mascarenhas G, Bienenstein G, Sánchez F. Introdução. In: O jogo continua: megaeventos esportivos e cidades. Rio de Janeiro: Eduerj; 2011.
- 20 Camargo LO, Barbosa FM. O evento como contraponto do cotidiano. *Revista Hospitalidade*. Revista do Programa de Pós-graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi. 2004;1(1):45-78.
- 21 Gutierrez W, Silva M. Eventos: estratégias de planejamento e execução. São Paulo: Summus; 2011.
- 22 Pessoa M, Tarsitano PR. Eventos Esportivos: a repercussão midiática dos Jogos Olímpicos de 2016 no Rio de Janeiro – Brasil. *Revista Hospitalidade*. 2013;10(2):408-421.
- 23 Horne J, Manzenreiter W. Sports mega-events: social scientific analyses of a global phenomenon. Oxford: Blackwell; 2006
- 24 Hall, C. Hallmark tourist events: impacts, management and planning. London: Bellhaven; 1992.
- 25 Jonas A. A place for politics in urban theory: the organization and strategies of urban coalitions. *Urban Geography*. 2013;13:280-290.
- 26 Burke P. O que é história cultural? Rio de Janeiro: Zahar; 2005.
- 27 Paiva R. Os ícones urbanos e arquitetônicos. In: Vargas HC, Paiva RA. Turismo, arquitetura e cidade. Barueri: Manole; 2016.
- 28 Hepp A, Couldry N. Introduction: media events in globalized media cultures. In: Couldry N, Hepp A, Krotz. Media events in a global age. London: Routledge; 2010.
- 29 Comitê Olímpico Internacional. Carta Olímpica. Lausanne: 2001.
- 30 Moragas M; Macaloon J; Llinés M. Olympic ceremonies: historical continuity and cultural exchange. Lausanne: The Olympic Museum; 1996.
- 31 Llinés M. The history of olympic ceremonies: from Athens (1896) to Los Angeles (1984) - an overview. In: Moragas M; Macaloon J, Llinés M. Olympic ceremonies: historical continuity and cultural exchange. Lausanne: The Olympic Museum; 1996.
- 32 Payne M. A virada olímpica: como os jogos olímpicos tornaram-se a marca mais valorizada do mundo. Rio de Janeiro: Casa da Palavra; 2006.
- 33 Sontag S. Fascinating fascis [citado 21 dez 2021]. *The New York Review*; 1975. Disponível em: <https://www.nybooks.com/articles/1975/02/06/fascinating-fascism/>.
- 34 Debord G. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto; 2017.
- 35 Freire MV, Ribeiro D. Ouro olímpico: a história do marketing dos aros. Rio de Janeiro: Casa da Palavra; 2006.
- 36 Lee J, Yoon H. Narratives of the nation in the olympic opening ceremonies: comparative analysis of Beijing 2008 and London 2012. *Nations And Nationalism*. 2017; 23(4):952-969.

37 Bourdieu P. Sobre a televisão seguido de a influência do jornalismo e os jogos olímpicos. Rio de Janeiro: Zahar; 1997

38. Macaloon J. Humanism as political necessity? Reflections on the Pathos of anthropological science in Olympic contexts. *Quest*. 1996;48(1):67-81

39. Proni, M. A Reinvenção dos Jogos Olímpicos: um projeto de marketing. *Esporte e Sociedade*. 2008;3(9):1-12.

40 Oliveira F, Rodrigues L, Peil L. Jogos Olímpicos e mídia: uma relação perfeita? CIC - Congresso de Iniciação Científica, 2009, Pelotas. *Jogos Olímpicos e Mídia: Uma relação perfeita?* Pelotas: Editora e Gráfica Universitária; 2009.

41 Rial C. Futebol e mídia: a retórica televisiva e suas implicações na identidade nacional, de gênero e religiosa. *Antropolítica (UFF)*. 2003;14(2):61-80.