

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Lorena Péret Teixeira Tárzia

TRAMAS DA CONVERGÊNCIA

Cartografia de dispositivos acoplados na cobertura
dos Jogos Olímpicos de Verão pela BBC em 2012

Belo Horizonte
2015

301.16 Tárzia, Lorena Péret Teixeira
T179t Tramas da convergência [manuscrito] : cartografia de
2015 dispositivos acoplados na cobertura dos Jogos Olímpicos de
Verão pela BBC em 2012 / Lorena Péret Teixeira Tárzia. -
2015.
357 f. : il.
Orientadora: Geane Alzamora.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Minas
Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas.
Inclui bibliografia.

1. Comunicação de massa – Teses .2. Jornalismo - Tese.
I. Alzamora, Geane Carvalho. II. Universidade Federal de
Minas Gerais. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas.
III. Título.

Lorena Péret Teixeira Tárzia

TRAMAS DA CONVERGÊNCIA

Cartografia de dispositivos acoplados na cobertura
dos Jogos Olímpicos de Verão pela BBC em 2012

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação Social.

Área de concentração: Comunicação e Sociabilidade Contemporânea

Linha de pesquisa: Textualidades Midiáticas

Orientadora: Geane Alzamora

Belo Horizonte
2015

AGRADECIMENTOS

Aos meus mais amados parceiros de caminhada, Miguel, Luísa, Júlia e Henrietta, pelo apoio, paciência e torcida. 📞❤️❤️❤️

Aos meus pais, sempre presentes, mesmo a distância. ❤️❤️

Aos colegas, amigos e alunos do UniBH, pelo suporte. 😊

Aos companheiros do Centro de Convergência de Novas Mídias, especialmente aos professores Joana Ziller e Carlos D'Andrea, a quem muito admiro. 👥

À Lena, todo o meu carinho pelas incontáveis mensagens *inbox*, que tanto me ajudaram. ■

Ao Maurício Guilherme, amigo de todas as horas. 🧑🧑


Natália Cortez, Tacyana Arce, Sônia Pessoa. A vida acadêmica fica mais fácil quando temos com quem compartilhar. Vocês são demais! 🧑🧑🧑

Adriana Agostini, amiga mais querida. O pós-doc vem aí! ■

Renira Gambarato, pelos muitos caros momentos *on* e *off-line*. 🏰

Professor Carlos Scolari, pela acolhida e orientações em Barcelona. 🏰

Aos profissionais do Centro de Estudos Olímpicos de Lausanne e Barcelona. Obrigada pelo amparo e a atenção, professor Emilio Fernández Peña. 🏊

À CAPES, pela bolsa que me possibilitou construir um rico e amplo trajeto de pesquisa.  Aos inúmeros amigos do Face, sempre na torcida. 👍

Geane Alzamora: sem palavras para agradecer todo o seu apoio e atenção. Cada um dos seus comentários me fez crescer enquanto profissional, pesquisadora e pessoa. Obrigada por tudo! ■

RESUMO

Esta pesquisa tem como propósito compreender as relações de saber e poder que se estabelecem entre o processo de convergência de mídias e o jornalismo. Buscamos investigar a possibilidade de configuração de um hiperdispositivo constituído por três dispositivos complementares acoplados historicamente: esportes, jornalismo e mídia. Nossa hipótese é de que o jornalismo televisivo contemporâneo, em sua vertente esportiva e em contexto de convergência de mídias, pode ser mais bem compreendido por meio da análise das relações e dos processos que o constituem e não dos seus produtos e rotinas, como tem sido o foco de muitos estudos na área. Elegemos como objeto empírico e marco referencial a cobertura da BBC sobre o megaevento esportivo Jogos Olímpicos de Verão de 2012 por constituir-se em uma oportunidade para comparar historicamente as estratégias da emissora, cujas relações com o Movimento Olímpico remontam aos seus primórdios. Desta forma, nosso problema de pesquisa está assim colocado: *de que modo e em que medida o processo de convergência de mídias - entendido como hiperdispositivo constituído a partir do acoplamento dos dispositivos esportivo, jornalístico e midiático, interferiu na cobertura do megaevento esportivo Jogos Olímpicos de Verão em 2012 pela BBC? E, de maneira mais ampla, como o desvelamento do intrincado feixe de relações on-line e off-line que permeia a convergência de mídias em estudo pode contribuir para a compreensão dos processos contemporâneos de comunicação?* O tema é investigado com base no diálogo entre duas abordagens analíticas: a genealogia das relações de saber-poder (FOUCAULT, 1999) e a cartografia de dispositivos (DELEUZE; GUATTARI, 1995). A articulação entre os pensamentos de Foucault, Deleuze e Guattari, conjugados às abordagens atuais sobre o método cartográfico, mostrou-se frutífera por possibilitar uma compreensão das diversas camadas que constituem essas relações em um processo histórico complexificado pelos ambientes comunicacionais contemporâneos. Dentre os resultados, destacamos o reconhecimento de uma intrincada relação polifônica, multidimensional, conformada genealogicamente, na qual as periferias e os conflitos constituem-se como fatores relevantes para a compreensão da convergência de mídias enquanto um processo em permanente estado de movimento, muito embora seja possível identificar camadas profundamente sedimentadas; a percepção do jornalismo televisivo especializado em esportes na qualidade de um elemento híbrido, capaz de conjugar características multi, inter e transmidiáticas, a depender das relações de saber-poder estabelecidas em processo de enredamento; a possibilidade de pensar um hiperdispositivo como atlas facilitador da leitura dos múltiplos e movediços mapas aflorados a partir da metodologia de cartografia de dispositivos *on* e *off-line* aqui proposta.

Palavras-chaves: convergência de mídias, jornalismo, megaeventos, genealogia, cartografia de dispositivos, hiperdispositivo.

ABSTRACT

This research aims to understand the power and knowledge relationship established between media convergence and Journalism. We seek to investigate the possibility of setting up a hyperdispositive composed of three complementary dispositives assembled historically: Sports, Journalism and Media. Our hypothesis is that contemporary television journalism, in its sporting aspect and in a context of media convergence, can be better understood through the analysis of relationships and processes rather than through the investigation of products and routines, as has been the focus of many previous studies in the area. The BBC coverage of the mega sports event Summer Olympics/2012 has been chosen as the empirical object and reference point. We see it as an opportunity to compare historically the corporation strategies over the years, considering the long relationship between BBC and the Olympic Movement. Thus, our research problem was placed as follows: How and to what extent the media convergence process - understood as a hyperdispositive constituted from the assemblage of the dispositives Sports, Journalism and Media - interfered with the BBC's coverage of the mega sports event Summer Olympic Games/2012? And, more broadly, how the unveiling of the intricate online and offline relationships that permeate the media convergence study may contribute to the understanding of contemporary communication processes? This theme was investigated based on the dialogue between two analytical approaches: genealogy of relations of knowledge-power (FOUCAULT, 1999) and dispositive cartography (DELEUZE-GUATTARI, 1995). The link between Foucault's thoughts, Deleuze and Guattari, in conjunction with current approaches to cartographic methods, proved fruitful because it allowed an understanding of the various layers forming these relationships in a historical process complicated by contemporary communication environments. The results of our research highlight the recognition of an intricate polyphonic and multidimensional liaison, conformed genealogically, in which conflicts constituted relevant factors to the understanding of media convergence as a process in permanent state of motion, although it is possible to identify deeply sedimented layers; the perception of television Journalism specialized in sports as a hybrid element, capable of combining multi, inter and transmedia characteristics, depending on the knowledge-power relations established; the possibility of thinking the hyperdispositive as a facilitator atlas for reading the multiple maps resulting from the cartography of dispositives methodology proposed here.

Key-words: Media Convergence, Journalism, Mega-events, Genealogy, Cartography of Dispositives, Hyperdispositif

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACNO	Associação de Comitês Olímpicos Nacionais
AOI	Academia Olímpica Internacional
CO	Carta Olímpica
COE	Comitês Olímpicos Europeus
COI/IOC	Comitê Olímpico Internacional
COJO	Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos
COM/NOC	Comitê Olímpico Nacional
FI	Federação Internacional
LOCOG	Comitê Olímpico Local
OCOG	Comitê Organizador
OBS	Olympic Broadcast Service
IBC	International Broadcasting Centre

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Serviço de videotexto da BBC.....	25
Figura 2: Audiência dos Jogos Olímpicos em todo o mundo, de 2002 a 2014.....	69
Figura 3: The Times noticia primeira apresentação pública da televisão de Baird.....	70
Figura 4: Em 1999, revista Time celebrava Sarnoff como inventor da televisão.....	72
Figura 5: Transmissão das Olimpíadas pela BBC em 1948 em destaque na revista Radio Times	73
Figura 6: BBC Television Centre, primeiro prédio dedicado à produção televisiva no mundo	76
Figura 7: BBC Pacific Quay, na Escócia, primeiro prédio da BBC dedicado inteiramente à produção digital.....	79
Figura 8: Estratégia quatro telas da BBC anunciada em 2011.	80
Figura 9: Marca da BBC Sport em conexão com as Olimpíadas de Seul (1988).....	124
Figura 10: Primeira e última edições da Carta Olímpica (CO)	131
Figura 11: Reportagem do Jornal Nacional, de 27 de fevereiro de 2015, reproduzida na web	137
Figura 12: Capa da revista Time sobre a portabilidade dos equipamentos fotográficos	148
Figura 13: Olympic Studies Net	164
Figura 14: Erro, meme e sátira em torno dos cinco anéis nas Olimpíadas de Sochi 2014	167
Figura 15: Conexão entre esportes, mídia e investidores nos Jogos de 1908.	173
Figura 16: Charge publicada na revista <i>Berliner Illustrierte Zeitung</i> , de 1936.	179
Figura 17: Inserção das câmeras de televisão no cenário olímpico	180
Figura 18: Broadcasting Center, Londres 1948	183
Figura 19: Clark Howell/Techwood Homes site, localizado próximo à sede da Coca-Cola ...	192
Figura 20: Estádios abandonados dez anos após as Olimpíadas de Atenas	195
Figura 21: Ilustração da reportagem "Europe Says 'No Thanks' to the Olympics	196
Figura 22: Parque Olímpico das Olimpíadas de Londres.....	236
Figura 23: Hora do rush em Londres no primeiro dia dos Jogos; as vias exclusivas reservadas à Família Olímpica e o meme do ator Sir Patrick Stewart, carregando a chama Olímpica, e enquanto capitão Jean-Luc Picard em Star Trek	237
Figura 24: Vídeo bloqueado pelo IOC e meme da atleta olímpica McKayla Maroney	239
Figura 25: A cidade teria se vestido das Olimpíadas, segundo o IOC.....	252

Figura 26: Agressiva campanha Back the Bid em Londres.	257
Figura 27: Protestos nos muros de Londres.	264
Figura 28: Grafite crítico às Olimpíadas de Londres, apagado em seis dias	265
Figura 29: Manifestação com cobertura do repórter da BBC Ben Geoghegan.....	267
Figura 30: A campanha #wedemandchange2012 envolveu também a NBC por causa de duas íntimas conexões comerciais entre o IOC e os anunciantes do TOP Programme.	270
Figura 31: Camisa de manifestante oficial contra os Jogos Olímpicos de Londres	271
Figura 32: Manifestante preso nos arredores do Parque Olímpico na noite da Cerimônia de Abertura.....	272
Figura 33: Manuais normativos London 2012.....	274
Figura 34: Categorias de credenciamento para emissoras de rádio e TV.....	276
Figura 35: Página de fundo do site interativo sobre a história das transmissões olímpicas.	279
Figura 36: Logo BBC como Emissora Oficial	285
Figura 37: Blogue de Roger Mosey, diretor do Projeto BBC London 2012	286
Figura 38: Endereço atual do blogue de Roger Mosey nos arquivos da BBC.....	287
Figura 39: Qualidade da BBC percebida pela audiência.....	289
Figura 40: Audiência atingida pela BBC nas Olimpíadas	290
Figura 41: Projeto Olympic Dreams da BBC	292
Figura 42: Vista externa dos estúdios da BBC em Londres 2012	297
Figura 43: BBC foi obrigada a movimentar câmeras para evitar propaganda gratuita	298
Figura 44: “A cobertura da 30ª edição dos Jogos Olímpicos em Londres foi a maior transmissão externa jamais realizada pela BBC.”	300
Figura 45: Página da BBC dedicada à cobertura das Olimpíadas de 2012	302
Figura 46: Post de lançamento da página no Facebook destinada às Olimpíadas	303
Figura 47: Tuíte de Tim Berners-Lee na cerimônia de abertura	304
Figura 48: BBC repercute tuíte do conservador Aidan Burley	305
Figura 49: Programa de Jake Humphrey utilizando tuítes de atletas	306

LISTA DE DIAGRAMAS

Diagrama 1: Movimentos metodológicos da Cartografia de dispositivos on e off-line.....	225
Diagrama 2: Mapa do 1º Movimento de Pesquisa.....	226
Diagrama 3: Fluxo cartográfico	229
Diagrama 4: Linhas e curvas de configuração das relações saber-poder identificadas na genealogia.....	234
Diagrama 5: Mapeamento da candidatura de Londres como sede dos Jogos Olímpicos de 2012 e suas linhas de tensão.....	256
Diagrama 6: Mapeamento da cobertura BBC	296

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Busca pelo termo media convergence na web.....	23
Gráfico 2: Consumo de vídeo nas diversas mídias no Reino Unido em 2013	68
Gráfico 3: Divisão da audiência entre os canais do Reino Unido entre 1992 e 2009	77
Gráfico 4: Percurso de pesquisa	95
Gráfico 5: 1984 marca um salto na conexão econômica entre televisão e Olimpíadas	186

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Conteúdo principal das coberturas jornalísticas	122
Tabela 2: Receitas do marketing olímpico ao longo dos anos. Não incluem receitas geradas pela organização local	136
Tabela 3: Audiência dos jogos por meio da televisão	188

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
CAPÍTULO 1 CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS, DISPOSITIVOS E GENEALOGIA	22
1.1 SOBRE CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS	22
1.1.1 GALÁXIA SEMÂNTICA	38
1.2 DISPOSITIVOS, CURVAS E LINHAS	42
1.3 GENEALOGIA COMO MÉTODO DE DESVELAMENTO DE DISPOSITIVOS	56
1.4 O DISPOSITIVO TELEVISIVO	61
1.4.1 DE INVENÇÃO A MÍDIA	71
1.4.2 POSSÍVEIS FISSURAS ?	83
1.5 HIPERDISPOSITIVO COMO ATLAS	91
CAPÍTULO 2 ESPORTE, MÍDIA E JORNALISMO NO CONTEXTO OLÍMPICO	97
2.1 PROCESSOS DE ESPORTIZAÇÃO	97
2.2 A LÓGICA PRODUTIVA DO MEGA E SUAS CURVAS DE VISIBILIDADE	105
2.3 MEGAEVENTOS MUDIÁTICOS GLOBAIS	110
2.4 JORNALISMO ESPECIALIZADO EM ESPORTES	118
2.4.1 BBC SPORT	124
2.5 OLIMPÍADAS: CURVAS DE VISIBILIDADE E ENUNCIÇÃO	128
2.5.1 COBERTURA MUDIÁTICA DAS OLIMPÍADAS: VISIBILIDADE DOMADA?	133
2.5.2 RELAÇÕES COM A IMPRENSA E O JORNALISMO OLÍMPICO	146
CAPÍTULO 3 O HIPERDISPOSITIVO DE CONVERGÊNCIA EM PERSPECTIVA GENEALÓGICA: VISUALIDADES, TERRITORIALIDADES E TEMPORALIDADES CONSTRUÍDAS	156
3.1 SABERES NO UNIVERSO OLÍMPICO	159
3.2 VISIBILIDADES, VISUALIDADES E TELEVISUALIDADES	166
3.2.1 TELEVISUALIDADES	177
3.3 TERRITORIALIDADES E ENTORNO VISUAL: CONFLITOS VISÍVEIS	189
3.4 TEMPORALIDADES E DISPOSITIVOS DE MEMÓRIA	198

3.5 HIPERDISPOSITIVO DE CONVERGÊNCIA	203
---------------------------------------------	------------

CAPÍTULO 4 HIPERDISPOSITIVO EM MOVIMENTO: CARTOGRAFIA DA COBERTURA CONVERGENTE

<u>DA BBC EM 2012</u>	<u>207</u>
------------------------------	-------------------

4.1 APROXIMAÇÕES GENEALOGIA-CARTOGRAFIA	208
------------------------------------------------	------------

4.2 CARTOGRAFIA COMO MÉTODO REVISITADO	219
-----------------------------------------------	------------

4.2.1 ETAPAS DA PESQUISA	224
--------------------------	-----

4.3 JOGOS OLÍMPICOS DE VERÃO LONDRES 2012: FLUXOS E REFLUXOS TEMPORAIS, TERRITORIAIS, VISUAIS	230
------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------

4.3.1 #LONDON2012	235
-------------------	-----

4.3.2 #NOLONDON2012	254
---------------------	-----

4.4 BBC E A MEGACOBERTURA LONDON 2012	281
----------------------------------------------	------------

4.4.1 HIPERDISPOSITIVO, PODERES E SABERES TENSIONADOS: UM PRÉÂMBULO NECESSÁRIO	281
--------------------------------------------------------------------------------	-----

4.4.2 COBERTURA MULTIPLATAFORMAS	284
----------------------------------	-----

4.4.3 TEMPORALIDADES, TERRITORIALIDADES E VISUALIDADES EXPANDIDAS E/OU SILENCIADAS	290
------------------------------------------------------------------------------------	-----

4.4.4 VISIBILIDADE EXPANDIDA	299
------------------------------	-----

4.4.5 REDES SOCIAIS <i>ON-LINE</i>	302
------------------------------------	-----

4.5 HIPERDISPOSITIVO, MULTIMIDIALIDADES, INTERMIDIALIDADES, TRANSMIDIALIDADES E MULTIPLATAFORMAS	308
---------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------

4.5.1 SOBRE “MORTES” E NOVOS COMPOSTOS	312
----------------------------------------	-----

<u>CONSIDERAÇÕES FINAIS</u>	<u>315</u>
------------------------------------	-------------------

<u>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	<u>321</u>
------------------------------------------	-------------------

<u>ANEXOS</u>	<u>350</u>
----------------------	-------------------

INTRODUÇÃO

Devemos desmascarar nossos rituais e fazê-los aparecer como são: coisas puramente arbitrárias, ligadas ao nosso modo de vida burguês. [...] É preciso pôr ‘em cena’, exibir, transformar e derrubar os sistemas que nos ordenam pacificamente. Quanto a mim, é o que tento fazer no meu trabalho (FOUCAULT, 2003, p. 25).

Convergência de mídias, tema central desta pesquisa, tem sido objeto de estudo científico e conceituação desde, pelo menos, a década de 1980, quando Ithiel de Sola Pool (1983) lançou o livro *Technologies of Freedom: on free speech in an eletronic age*, no qual afirmava que uma nova forma de liberdade de expressão estava em curso para fazer frente às novas tecnologias de comunicação. O autor chamava a atenção para a necessidade de superar o determinismo tecnológico característico dos estudos anteriores e atentar para a conexão entre as mudanças sociais e o fato de as conversações estarem se tornando “esmagadoramente eletrônicas” (POOL, 1983, p. 5)

Não apenas a comunicação eletrônica está crescendo mais rápido do que a mídia tradicional de publicação, mas também a convergência de modos de entrega está trazendo a imprensa, revistas e livros ao mundo eletrônico. Uma questão levantada por essas mudanças é se algumas características sociais são inerentes ao caráter eletrônico da mídia emergente. Será a televisão o modelo do futuro? (POOL, 1983, p. 6, tradução nossa).¹

Trinta e dois anos depois, com computadores conectados em rede, internet, *sites* de redes sociais, mídias móveis, estas e muitas outras questões continuam nebulosas, principalmente o controverso posicionamento desse autor sobre a centralidade da televisão como modelo da mídia emergente, o que nos interessa diretamente nesta tese. As teorias sobre convergência de mídias avançaram da integração sistêmica eletrônica, característica da década de 1970, na qual se baseia Pool (1983); cruzaram obras de autores como Nicholas Negroponte (1995),

¹ Not only is electronic communication growing faster than traditional media of publishing, but also the convergence of modes of delivery is bringing the press, journals, and books into the eletronic world. One question raised by these changes is whether some social features are inherent in the electronic character of the emerging media. Is television the model of the future?

centrada na visão de uma sobreposição industrial característica dos anos de 1980; Pierre Lévy (1993) e as discussões sobre mídias múltiplas e internet, nos anos de 1990; Henry Jenkins (2006) e as mudanças políticas, econômicas, culturais e sociais nos anos 2000; até as propostas de compreender as formas estendidas de narrativas transmídia (JENKINS, 2006; SCOLARI, 2013) e mídia propagável de Jenkins, Green e Ford (2014).

Os estudos sobre jornalismo convergente, nosso interesse específico, caminharam pelas mesmas trilhas, procurando analisar as implicações do processo de convergência nas formas de apuração, produção e compartilhamento de notícias, ainda que o meio acadêmico e as escolas de jornalismo tenham demorado a assimilar e direcionar a devida atenção às mudanças em curso. As diversas abordagens dessas pesquisas científicas giram em torno das implicações da convergência para as empresas e processos de produção (GORDON, 2003; LAWSON-BORDERS, 2005; DOCTOR, 2010); novas tecnologias e fluxos das notícias (PAVLIK, 2003; PAVLIK; McINTOSH, 2010; BARNAS, 2010); formação profissional e funções do jornalista (BULL, 2010; KOLODZY, 2006, 2012; QUINN, 2005; WILKINSON; GRANT; FISHER, 2012); o futuro do jornalismo (ORIHUELA; BERGARECHE, 2012; STEPHENS, 2014); a integração e reorganização das redações (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008; BOCZKOWSKI; 2005); divergências entre público e jornalistas (BOCZKOWSKI; MITCHELSTEIN, 2013); mais recentemente, as relações entre jornalismo e *sites* de redes sociais (BELAIR-CAGNON, 2015); jornalismo e mobilidade (BERRY; SCHLESER, 2014; SILVA, 2014).

Apesar da amplitude dos focos de abordagem, no nosso entendimento, existem três lacunas importantes nos estudos sobre a convergência de mídias e suas relações com o jornalismo contemporâneo que merecem maior atenção:

- A carência de pesquisas com enfoque histórico não linear desse processo, que permita compreender, em perspectiva, as efetivas mudanças ou continuidades ocorridas nos meios de comunicação de massa tradicionais, especialmente a televisão, ainda hoje a principal mídia de informação no planeta;
- A escassez de abordagens que possibilitem o entendimento do processo de convergência de mídias em sua complexidade, a partir das relações que o constituem e não apenas das rotinas que lhe caracterizam ou dos produtos que dele derivam. Entendemos que rotinas e produtos jornalísticos podem variar de acordo com interesses e momentos específicos, caso da cobertura de megaeventos e outros eventos programados;

- O clareamento de conceitos relacionados a esse universo, como multimídia, intermídia, transmídia e multiplataformas. Esses conceitos têm sido acionados em perspectivas muitas vezes sobrepostas para justificar interesses empresariais, como o caso dos discursos sobre multiplataformas e transmidialidade assumidos pela BBC como sinônimos na definição das estratégias de cobertura dos Jogos Olímpicos de 2012.

Em 2011, em busca de um objeto empírico que nos permitisse conciliar as questões acima, deparamo-nos com os tuítes de diretores da BBC sobre as estratégias multiplataforma da emissora para a cobertura dos Jogos Olímpicos de 2012. A partir das micropostagens, passamos a acompanhar os diversos blogues oficiais e os comentários a eles anexados, nos quais eram detalhados os caminhos da tradicional emissora inglesa para fazer frente aos desafios de uma cobertura que ultrapassava as imagens da televisão e as ondas do rádio, se multiplicava pelas telas de *smartphones* e *tablets* e se espalhava por *sites* de redes sociais, principalmente Twitter, Facebook e YouTube. Segundo a própria BBC, aquelas seriam as “primeiras Olimpíadas plenamente digitais” (O'RIORDAN, 2012, s.p.). Isto nos pareceu a oportunidade ideal para observar historicamente as mudanças na cobertura jornalística em ambiente de convergência das mídias digitais, já que se trata de um evento programado, quadrianual, do qual a BBC participou desde os primórdios do rádio e da televisão.

Surgiu daí a nossa pergunta inicial: *De que modo e em que medida o processo de convergência de mídias interferiu na cobertura do megaevento midiático Jogos Olímpicos de Verão em 2012 pela BBC?*

O aprofundamento nas pesquisas, as visitas aos Centros de Estudos Olímpicos em Lausanne e Barcelona, a presença em Moscou durante a cerimônia de chegada da chama olímpica das Olimpíadas de Inverno de Sochi e, principalmente, o acompanhamento da cobertura de Sochi na redação da BBC interferiram profundamente na forma de encaminhar a pesquisa.

Além da observação *off-line*, percebemos que na mesma plataforma *web* em que estão depositados discursos oficiais enaltecendo a cobertura, cujos regimes de visibilidade excluem lacunas e falhas, também estão hospedados indícios de conflitos e silêncios reveladores de relações e intenções estratégicas, que se refletem na redação da BBC por meio, por exemplo, de uma convivência declarada com as restrições impostas pelo modelo olímpico de transmissão midiática. Um destes conflitos diz respeito à forma como o Comitê Olímpico

Internacional (COI ou IOC)² tem procurado proteger o modelo de sustentabilidade econômica baseado na exclusividade de uso de imagens pelas empresas que adquirem os direitos de transmissão por meio de normas restritivas, controles e proibição de publicação na internet de quaisquer registros de áudio e vídeo realizados pelo público ou pelos demais participantes dos Jogos. A exclusividade no uso de imagens garantida à BBC, em 2012, também foi criticada pelo grupo Telegraph em ofício no qual reivindica os mesmos direitos para a mídia impressa, uma vez que o uso de imagens em movimento não é mais exclusivo da TV. Percebemos aí uma disputa de forças relevante entre um modelo comunicacional tradicional transmissivo vertical e outro horizontal (JENKINS, 2006), em regime de compartilhamento, a tensionar as tonalidades discursivas e os contratos da BBC com seus diversos públicos (JOST, 2010).

Neste ponto, marcado por contradições, regimes de visibilidade, linhas de força e fuga, passamos a situar a proposta de olhar o processo de convergência e suas relações com o jornalismo, a partir da noção foucaultiana de dispositivo. Ao propor o desvelamento de linhas enredadas, em regimes de forças, luzes e sombras, traçamos estratégias para compreender os jogos de poder e saber entranhados em discursos de uma rede em que os superlativos se multiplicam e realimentam. No nosso entendimento, a convergência de mídias pode ser mais bem compreendida a partir do reconhecimento de um hiperdispositivo, constituído por três dispositivos convergentes e potencializados entre si - o esporte, o jornalismo e as mídias - em um feixe de relações complexificado pelos processos contemporâneos de comunicação.

Nossa pergunta passou a ser: *De que modo e em que medida o processo de convergência de mídias - entendido como hiperdispositivo constituído a partir do acoplamento dos dispositivos esportivo, jornalístico e midiático - interferiu na cobertura do megaevento esportivo Jogos Olímpicos de Verão em 2012 pela BBC? E, de maneira mais ampla, como o desvelamento do intrincado feixe de relações on-line e off-line que permeia a convergência de mídias em estudo pode contribuir para a compreensão dos processos contemporâneos de comunicação?*

Desse ponto inicial, os nossos objetivos se constituíram em:

- Analisar historicamente o processo de convergência de mídias a partir da genealogia dos dispositivos esportivo, jornalístico e midiático entre 1896 e 2008;

² COI refere-se à sigla em português e IOC à sigla em inglês. Neste trabalho, usaremos os dois, indistintamente.

- Compreender as relações entre convergência de mídias e jornalismo a partir do telejornalismo especializado em esportes e da análise da cobertura do megaevento midiático Jogos Olímpicos de Verão pela BBC em 2012;
- Clarear os conceitos relacionados a esse universo, como multimídia, intermídia, transmídia e multiplataformas;
- Desenvolver uma metodologia para fazer frente ao objeto de pesquisa em permanente estado de reconfiguração e composto por elementos heterogêneos, de complexa apreensão.

O que nos interessa no conceito de dispositivo de Foucault, assim como na abordagem do tema feita por Deleuze e Guattari, é justamente a forma como se viabiliza um modo de observar episódios heterogêneos, diversificados e espraiados em rede por meio da captura dos discursos e não discursos representativos das relações de saber-poder que os constituem alinear e historicamente.

Para desvelar esse novelo em permanente estado de movimento, propomos a construção de uma metodologia baseada na conjugação de dois processos, a nosso ver, complementares: a genealogia das relações de saber-poder (FOUCAULT, 1999) e a cartografia de dispositivos (DELEUZE; GUATTARI, 1995), ainda que, em um primeiro olhar, essa junção não se estabeleça de imediato, considerando-se as perspectivas distintas das duas abordagens.

Nosso movimento metodológico consiste em um mapeamento genealógico das relações de discurso-saber-poder que conformaram os dispositivos em questão, procurando compreender a construção histórica do processo de convergência de mídias entre 1896 (primeiro Jogo Olímpico da era moderna) e 2008 (Jogos pré-Londres/2012), por meio da análise de documentos oficiais, notícias de jornais, publicações e comentários na *web*. Não apenas estes, mas também outros indícios não discursivos, como os prédios, as imagens, os silêncios etc., compuseram essa perspectiva.

Acreditamos que esse desvelamento nos revelará pistas significativas para a compreensão do feixe de relações que atravessa nosso objeto, a cobertura dos Jogos Olímpicos de Verão de 2012 pela BBC. Apesar de o caráter periódico ser característico do dispositivo olímpico, não estamos em busca de uma história lisa, isenta de brechas e sigilos, por entendermos, com base em Foucault, a importância das ausências, das inconsistências discursivas na constituição de um dispositivo. Também por isso, nossas demarcações temporais podem oscilar,

percorrendo tempos para além do nosso marco principal, 2012, como a última edição dos Jogos Olímpicos de Inverno³ em Sochi/2014 ou o planejamento dos Jogos Olímpicos de Verão no Brasil em 2016.

Em um segundo movimento metodológico, o mapeamento de dispositivos *on* e *off-line* consiste na conjugação da genealogia com a proposta do que chamamos de *cartografia de dispositivos on e off-line*. Por meio dela, propomo-nos mapear as linhas de força, linhas de fuga, tensionamentos, brechas, fissuras e resistências que constituíram as relações entre esportes, jornalismo e mídia, configurando um hiperdispositivo capaz de interferir nas estratégias da BBC de cobertura em Londres 2012.

No primeiro capítulo, ocupamo-nos da discussão dos conceitos basilares desta tese, abordando as noções de convergência de mídias, dispositivo e genealogia. Além de Foucault e Deleuze, acionamos a contribuição de outros comentadores (AGAMBEN, 2005; BRUCK, 2012; RAFFNSØE; GUDMAND-HØYER; THANING, 2014; BUSSOLINI, 2010; KESSLER, 2006). Também discutimos a convergência de mídias em suas diversas abordagens (JENKINS, 2008; JENKINS; GREEN; FORD, 2013; GORDON, 2003; FAGERJORD; STORSUL, 2007; MAXWELL; MILLER, 2011; APPELGREN, 2004; HEPP *et al.*, 2008) e o jornalismo convergente (KOLODZY, 2006, 2012; QUINN, 2005; SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008; TAMELING; BROERSMA, 2008; BOCZKOWSKI, 2005; ALZAMORA; TÁRCIA, 2012a, 2012b), apontando as brechas nos estudos da área e apresentando as bases constitutivas da nossa proposta de hiperdispositivo. Defendemos uma abordagem histórica e crítica do processo de convergência, por meio das relações entre discursos de saber-poder e não de suas rotinas e produtos. Também nesse capítulo, discutimos os dilemas da televisão na contemporaneidade (DAYAN, 2009; JOST, 2010; SCOLARI, 2008; BRIGGS; BURKE, 2002), posicionando a BBC nesse cenário. Ao final, procuramos clarear o que constituiria um dispositivo midiático televisivo dentro da nossa proposta de abordagem (KLEIN, 2007; ALZAMORA; RODRIGUES, 2014; BOURDIEU, 1997) e

³ Os Jogos Olímpicos de Inverno reúnem modalidades disputadas no gelo e na neve. A competição é disputada a cada quatro anos, após a eleição da cidade-sede. Desde 1908, alguns esportes na neve eram disputados junto com os Jogos Olímpicos de Verão. A primeira Olimpíada de Inverno foi organizada em 1924, na cidade francesa de Chamonix, com o nome de Semana Internacional de Desportos de Inverno. O evento, porém, não teve o aval do COI, preocupado com o elitismo das modalidades no gelo ou na neve. Apesar disso, o Comitê decidiu dois anos depois considerar Chamonix como a primeira Olimpíada de Inverno, devido ao enorme sucesso do evento. Até 1936 os Jogos de Verão e de Inverno eram disputados no mesmo país e no mesmo ano. Após a Segunda Guerra Mundial, os Jogos passaram a ser sediados em países diferentes. Apenas em 1986, porém, a data dos Jogos de Inverno foi separada dos de Verão, ambos acontecendo em anos pares.

justificamos a opção pela noção de hiperdispositivo por meio das discussões de Carlón (2004) e Alzamora, Rodrigues e Utsch (2014).

No capítulo 2, analisamos o jornalismo na rede de relações que estabelece com os esportes e as mídias (BOYLE; ROWE; WHANNEL, 2011; ROWE, 2007; BEST; KELLNER, 1997), seus extravasamentos e regime de simbiose com o Olimpismo (DAYAN; KATZ, 1992), além de adentrarmos o universo da BBC Sport (BOYLE, 2006a, 2006b). Visitamos as teorias sobre megaeventos midiáticos (DAYAN; KATZ, 1992; HEPP; COULDRY, 2010), os enunciados olímpicos com seus regimes normativos (IOC, 2013; IOC, 2014; OBS, 2014; PEÑA, 2012) e o relacionamento com os profissionais da mídia e da imprensa (IOC, 1998, 2009; ADI, 2013; NEWMAN, 2004; BERKES, 2012).

A partir dessa rede de relações, dos ditos, não ditos e normas, no capítulo 3, tratamos da construção do resgate genealógico dos regimes de visualidade (BRASIL, MORETTIN; LISSOVSKY, 2013; CRARY, 2012; HAMBURGUER, 2013; MORAES, 2010), territorialidade (COHRE, 2007; HYSLOP, 2009; BROUDEHOUX, 2012; SILVA; ZIVIANI; MADEIRA, 2014) e temporalidade (KOSELLECK, 2001; HUYSEN, 2000, 2003; GRATTON; PREUSS, 2008) dos dispositivos jornalístico, midiático e esportivo, esboçando o que compreendemos por hiperdispositivo.

Finalmente, no capítulo 4, apresentamos o método cartográfico e como propomos relacioná-lo ao método genealógico, construindo a metodologia que chamamos de *cartografia de dispositivos on e off-line*. Os diversos mapas são então analisados à luz do nosso atlas, o hiperdispositivo.

Nas considerações finais, ponderamos sobre como a articulação entre os pensamentos de Foucault, Deleuze e Guattari, conjugados às abordagens atuais sobre o método cartográfico, mostrou-se frutífera por possibilitar uma compreensão das diversas camadas que constituem as relações entre os dispositivos analisados, em um processo histórico complexificado pelos ambientes comunicacionais contemporâneos.

Dentre os resultados alcançados, destacamos o reconhecimento de uma intrincada relação polifônica, multidimensional, conformada genealógicamente, na qual as distintas vozes constituem-se enquanto fator relevante para a compreensão da convergência de mídias como um processo em permanente movimento, muito embora seja possível identificar camadas

profundamente sedimentadas. Também destacamos a percepção do jornalismo televisivo especializado em esportes enquanto um elemento híbrido, capaz de conjugar características multi, inter e transmidiáticas, a depender das relações de saber-poder estabelecidas em processo de enredamento.

A possibilidade de refletir sobre um hiperdispositivo como atlas facilitador da leitura dos múltiplos e movediços mapas a florados a partir da metodologia de cartografia proposta aponta-nos para desdobramentos futuros, em que possamos pensar a metodologia desta tese em conexão com o universo dos algoritmos e metadados, avançando em relação à abordagem binária digital, que configura a convergência de Jenkins (2006) e na qual nos baseamos nesta tese.

CAPÍTULO 1 CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS, DISPOSITIVOS E GENEALOGIA

1.1 SOBRE CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS

Convergência de mídias é um conceito com significados múltiplos. A expressão tem sido utilizada em diversas circunstâncias, em discursos do meio acadêmico e da indústria, sem uma definição conciliatória, o que tem dificultado pesquisas e debates capazes de constituir uma teoria consistente. Conforme Ytreberg (2011), convergência parece fazer parte da categoria “conceitos essencialmente contestados”⁴, nomeada por W. B. Gallie em 1955. Mesmo possuindo duas entradas na *International Encyclopedia of Communication*, os verbetes continuam sendo criticados por serem vagos e por integrarem o discurso, muitas vezes vazio - porém estratégico⁵, diria Foucault (2003) -, das indústrias do setor (NOLL, 2003; FAGERJORD; STORSUL, 2007). Agregados àquela expressão poderíamos incluir outros termos-chave recorrentes na galáxia semântica da convergência, como multimídia, intermídia, transmídia e multiplataforma, os quais buscaremos esclarecer no decorrer desta tese.

Ainda que a crítica tenha fundamentos, a nosso ver apresenta-se também como oportunidade para aprofundar os debates e não para descartar sua utilidade. Afinal, convergência de mídias segue sendo utilizado para descrever fenômenos como rotinas e formas de compartilhamento da notícia, fusões e reestruturações organizacionais, diferentes fazeres midiáticos. Além disso, as buscas por *media convergence* na *web* permanecem regulares ao longo dos anos⁶, após o pico de interesse em 2006, quando foi lançado o livro *Cultura da convergência*, de Henry Jenkins, cuja importância no campo dos saberes veremos adiante. (Gráfico 1)

⁴ Essentially contested concepts são, para Gallie, aqueles conceitos envolvidos em intermináveis debates sobre seu uso apropriado e que deveriam permanecer desta forma, segundo o autor.

⁵ Foucault (2003) distingue três sentidos para o termo “estratégia”: a racionalidade e os meios empregados para alcançar objetivos; modos de jogo, em que o jogador considera o que pensam os demais, como atuar e como reagirão a sua atuação; conjunto de procedimentos para obrigar os opositores a renunciarem à luta. Como “estratégia de poder”, refere-se ao conjunto dos meios utilizados para fazer funcionar ou manter um dispositivo de poder. “Toda relação de poder, para Foucault, implica essencialmente a liberdade e, conseqüentemente, estratégias de luta.” (CASTRO, 2004, p. 152)

⁶ A ferramenta Google Trends, do Google, só permite pesquisar a partir de 2004.



Gráfico 1: Busca pelo termo media convergence na web..

Fonte: <<http://www.google.com.br/trends>>.

Apesar de advogar o uso do termo, concordamos com Williams (2009, p. 46) em relação a uma abordagem historiográfica que nos impulse ao distanciamento crítico do que ele denomina “hiperdiscurso linear”⁷, cuja utilização tem promovido a convergência de mídias a uma condição sem precedentes ao ressaltar seu impacto socioeconômico, sua capacidade de reinterpretar e repaginar “mundos de representação e expressão mediada” (WILLIAMS, 2009, p. 46). É preciso também, defende esse autor, “ênfatar fissuras, oclusões, descontinuidades e sínédoques que complicam e multiplicam os fios desta história” ao caminhar da integração sistêmica baseada na eletrônica digital nos anos 1970 (POOL, 1983) à sobreposição industrial nos anos 1980 (NEGROPONTE, 1995), das múltiplas mídias e internet nos anos 1990 (LÉVY, 1993), mudanças político/econômicas, culturais e sociais nos anos 2000 (JENKINS, 2006) às formas estendidas de narrativa transmidiática atuais (JENKINS, 2009; JENKINS; GREEN; FORD, 2014).

Na mesma linha crítica, Maxwell e Miller (2011) se propõem a analisar os mitos que giram em torno da convergência de mídias digital, como eficiência administrativa, imediatismo experiencial, interatividade global e conectividade interpessoal. Para esses autores, a convergência, entendida como micro e macro conexões entre o institucional e o simbólico, deve ser vista com ressalvas pois, dependendo dos interesses envolvidos, “convergência pode matar com bondade” (MAXWELL; MILLER, 2011, p. 586) ou promover a intervenção estratégica nas regiões mais pobres “com o consentimento de líderes que buscam inserir seus

⁷ O autor não explica o conceito. Parece referir-se a um discurso exagerado, perfeito, sem falhas.

países no sistema global” (MAXWELL; MILLER, 2011, p. 586), caso do Brasil, segundo eles.

A empresa de consultoria do ex-secretário de Estado dos EUA e mestre das trevas das relações internacionais, Henry Kissinger, recomendou que os EUA deveriam "ganhar a batalha do fluxo de informação mundial, dominando as ondas de rádio, como a Grã-Bretanha dominara os mares" (Rothkopf, 1997, p. 47). Esses interesses permanecem bem servidos: até 2009⁸, uma nova divisão do trabalho internacional havia assegurado terceirização industrial para manter os custos baixos, e a hegemonia textual/tecnológica permanecia no Primeiro Mundo: menos de 7% de africanos e 20% dos asiáticos tinham sido conectados à Internet (MAXWELL; MILLER, 2011, p. 587, tradução nossa).⁹

Embora essa visão crítica seja relevante alerta em relação a uma abordagem parcial e pouco crítica sobre o processo de convergência de mídias, ela pouco contribui para o entendimento do conceito. Para isso, consideramos necessário rastrear seus diversos usos e enfoques.

O termo convergência deriva do latim clássico *convergere*. *Vergere* (inclinação) + *con-* (juntos). No universo acadêmico, foi primeiro utilizado em 1713 por William Derham, em sua pesquisa *Physico-Theology: Or, a Demonstration of the Being and Attributes of God, From His Works of Creation*, ao tratar sobre convergência e divergência de raios no estudo dos sons. Entretanto, seus usos são os mais diversificados, constando também de estudos nos campos da biologia, geologia, matemática, sociologia e antropologia (KOPECKA-PIECH, 2011), não cabendo indicar sua gênese. Na literatura, Edward Bellamy, em sua obra *Looking Backward*, de 1888, descreve uma cidade dos anos 2000 na qual aparece um telefone musical; na novela *The Time Machine*, de 1895, Hebert G. Wells fala de um veículo que permite a convergência do tempo: passado, presente e futuro (STORSUL; STUEDAHL, 2007).

Diante da amplitude de aplicações, defendemos a necessidade de especificar de que convergência falamos, como agregar ao substantivo um adjetivo/advérbio orientador de seu sentido - “convergência midiática” ou “de mídias”; “convergência jornalística”, “no jornalismo” ou “jornalismo convergente” -, como preferem Kolodzy (2012), Quinn (2006) e

⁸ Em 2014, esses números eram de 26,5% e 34,7%, contra 87,7% dos americanos e 70,5% dos europeus. Disponível em: <<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>>. Acesso em: 19 jan. 2015.

⁹ Former US Secretary of State and master of the dark of international relations Henry Kissinger’s consulting firm advising that the USA must ‘win the battle of the world’s information flow, dominating the airwaves as Great Britain once ruled the seas’ (Rothkopf 1997: 47). Those interests remain well-served: by 2009, a new division of international labour had secured industrial outsourcing to keep costs down, and textual/technological hegemony remained in the First World: fewer than 7% of Africans and 20% os Asians were connected to the Internet.

Filak (2014). Da mesma forma, consideramos importante apreciar diferenças culturais e atender para os conceitos apropriados pelos sujeitos do universo empírico. Negroponte (1995), Lévy (1993) e Jenkins (2006), em suas abordagens diferenciadas, refletem sobre um processo capitaneado pela realidade estadunidense e canadense, fortemente pautadas por vieses econômicos, políticos e culturais norte-americanos. Nosso contraponto a essa abordagem será feito, sempre que possível, a partir do entendimento dos discursos europeu e britânico da convergência de mídias, centrados na televisão e na BBC.

Passemos, portanto, às trilhas que nos permitirão apreender as tramas da convergência de mídias no universo dos saberes, em particular seu relacionamento com a televisão e o jornalismo. Nos anos de 1960 e 1970, o desenvolvimento dos computadores e das redes estabeleceu o contexto para novos estudos com esse enfoque. Governos e empresas começaram a valer-se dos computadores para armazenar dados e transferir conteúdo digital por meio dos sistemas de telecomunicação. Apareceram os primeiros sistemas de videotexto empregando as telas de TV. O primeiro serviço *on-line* dos Estados Unidos, The Source and CompuServe, passou a oferecer acesso discado em 1978. Mais cedo, em 1972, a BBC lançou seu próprio serviço de videotexto, o Ceefax (Figura 1); por volta da mesma época, a *British Post Office* iniciou o *Prestel*, baseado nas redes telefônicas britânicas.



Figura 1: Serviço de videotexto da BBC.
Fonte: BBC.

Gordon (2003) considera difícil identificar quem primeiro conectou a palavra convergência às tecnologias de comunicação, mas o pesquisador Ithiel de Sola Pool teria sido, segundo ele, um

dos principais responsáveis por sua popularização ao lançar, em 1983, o livro *The Technologies of Freedom*, no qual descreve a “convergência de modos”.

A explicação para a atual convergência entre os modos historicamente separados de comunicação reside na habilidade da eletrônica digital. Conversa, teatro, notícias e texto são cada vez mais entregues por via eletrônica [...] Tecnologia [E]letrônica está integrando todos os meios de comunicação em um grande sistema (POOL, 1983, p. 27-28).

Porém, antes mesmo do lançamento do livro de Pool, empresários e pesquisadores estadunidenses já se referiam ao fenômeno da convergência de mídias, ainda que na mesma perspectiva transmissiva característica das mídias de massa. William Paley, presidente da CBS, participou da conferência das emissoras norte-americanas em 1980, utilizando o termo em um discurso político no qual observou que “a convergência dos mecanismos de distribuição de notícias e informação levanta algumas novas críticas a questões da Primeira Emenda.” (PALEY citado por GORDON, 2003, p. 13).

E, ainda mais cedo, em 1979, Nicholas Negroponte, do Massachusetts Institute of Technology (MIT), viajou pelos Estados Unidos em busca de fundos para suas pesquisas, apresentando aos possíveis financiadores a figura dos três círculos sobrepostos rotulados como “Transmissão e Indústria Cinematográfica”, “Indústria da Computação” e “Indústria de Impressão e Publicação.”. Ele previu que a sobreposição entre os três círculos se tornaria quase total até 2000. Os executivos convenceram-se de sua visão e ele ganhou, com seu discurso estratégico, milhões de dólares em apoio financeiro para a construção do Laboratório de Mídia do MIT, em 1985 (GORDON, 2003; FIDLER, 1997).

Ainda que se referissem aos estágios primários da convergência entre as mídias, possibilitada pelas tecnologias digitais de comunicação e informação até este momento, a internet (então ARPANET) estava restrita ao ambiente acadêmico, ela própria nascida sob um paradigma transmissivo, utilizada para acessar documentos à distância. Foi a invenção do *e-mail*, por acaso, por Raymond Tomlinson, em 1971, que revelou o caráter interativo da grande rede de computadores. Este aspecto, entretanto, demorou a ser incorporado ao discurso da convergência.

Desta forma, nos anos de 1980 e 1990, quando o termo aparecia na imprensa americana, estava invariavelmente conectado a empresas como Apple, ComputServe, America Online

(AOL) e Prodigy, numa perspectiva essencialmente econômica. A popularização nos Estados Unidos se deu com a chegada da World Wide Web, em meados de 1990 e tornou-se senso comum após a fusão da Time Warner e AOL, anunciada em 2000. No Reino Unido, em 1993, o *Financial Times* trouxe reportagem com o título "Multi-media merger mania", na qual convergência já era tratada como *buzzword*¹⁰.

Multimídia, convergência, comunicopia. Converse com os principais executivos da telefonia, grupos de entretenimento ou empresas de informática nos dias de hoje e você estará susceptível de ouvir tais palavras [buzzwords]. Dificilmente passa-se uma semana sem que uma nova aliança, projeto ou fusão seja anunciado com o objetivo de posicionar os participantes no universo de multimídia (THE FINANCIAL TIMES, 1993, p. 25, tradução nossa).¹¹

No entanto, a mesma matéria chamava a atenção para os anos 1980, quando as referências à convergência tecnológica também tinham estado em voga.

O entusiasmo pela convergência entre as telecomunicações e informática, no início da década de 1980 levou a uma onda de fusões fracassadas, como a fusão da gigante da informática IBM e a fabricante de mesas telefônicas Rolm [...] A segunda versão da hipótese de convergência, popular no final de 1980, foi a de que os fabricantes de eletrônicos de consumo e grupos de entretenimento deviam unir forças (THE FINANCIAL TIMES, 1993, p. 25, tradução nossa).¹²

Por essa mesma época, lembra Gordon (2003), as empresas passaram a praticar a convergência de conteúdos entre TV e jornal na chamada *cross-promotion*¹³ ou *cross-media*. Os primórdios ocorreram timidamente, com a estratégia comercial de fazer chamadas da programação ou inserir dicas meteorológicas da TV nos jornais. Nesse período, entretanto, o termo mais utilizado nas redações era "sinergia". Em artigo de 1996, do jornal *The Times*, com

¹⁰ Palavra técnica ou frase de efeito, sem muito significado, para impressionar o leitor ou ouvinte leigo. (MICHAELIS, 2009)

¹¹ Multi-media, convergence, comunicopia. Talk to top executives at telephone utilities, entertainment groups or computer companies these days and you are likely to hear such buzzwords. Hardly a week passes without a new alliance, project or merger being announced with the aim of positioning the participants for the coming world of multi-media.

¹² Enthusiasm for convergence between telecommunications and computing in the early 1980s led to a wave of unsuccessful mergers such as that between computer giant IBM and Rolm, the switchboard manufacturer. [...] A second version of convergence hypothesis, popular in the late 1980s, was that consumer electronics manufacturers and entertainment groups should combine forces.

¹³ Promoção cruzada ou mídia cruzada significam aqui as chamadas entre diferentes mídias. Quando, por exemplo, uma matéria na televisão refere-se a conteúdo relacionado no jornal ou vice-versa.

o título "Desperately seeking synergy", a articulista Brenda Maddox refere-se aos dois termos em relação às conexões entre mídias.

Não há lógica nisso [fusão de uma empresa de TV e um jornal], apenas a mesma fé nebulosa na sinergia – de que um dia informações e entretenimento, impressão e tela serão todos mergulhados na grande banheira comum dos dados eletrônicos. Mas Lord Hollick, chefe do MAI [empresa de televisão], parece estar convencido de que os ganhos de curto prazo com promoção cruzada entre televisão e jornais justifica a aliança da sua empresa com os proprietários do decadente Express [jornal *Daily Express*] (MADDOX, 1996, p. 23, tradução nossa).¹⁴

De forma mais ampla, "convergência" estava sendo usado com tanta frequência, em tantos contextos diferentes, que tinha em grande parte perdido seu valor no foco de discussões sobre jornalismo e os meios de comunicação. Cada vez mais o discurso da sinergia era acessado para justificar redução de custos e fusão entre cargos e departamentos. Na Rede Globo de Televisão, por exemplo, essa abordagem sinérgica foi difundida, no início da década de 1990, para promover o treinamento de jornalistas na edição de imagens, antes restrita aos técnicos, uma maneira, pensava-se, de reduzir custos e orientar o processo de "reengenharia", outro termo em moda. Mas, ao mesmo tempo, a popularidade da palavra foi a evidência de seu poder, especialmente entre os defensores de mudanças nas redações, empresas de mídia e nas escolas de jornalismo, ainda que em perspectiva da formação de **redes** ou **teias** (*web*) e de integração de equipes de rádio e televisão por exemplo. O crescimento da internet, especialmente nos Estados Unidos, trouxe esses dois conceitos em substituição a "via expressa" (*infobahn*) utilizado pela revista *Wired* em 1994, sucesso de vendas nos Estados Unidos (BRIGGS; BURKE, 2004). Convergência conseguia reunir, em uma única palavra, uma etiqueta aglutinadora da sensação de que o mundo estava sendo transformado e uma visão para enfrentar o futuro (GORDON, 2003). Ainda assim, não agregava uma perspectiva de compartilhamento, de participação ou de mudança de hábitos da audiência.

O European Commission's Green Paper (European Commission, 1997) sobre convergência definiu-a, no final dos anos 1990, como uma aproximação do telefone, televisão e computador

¹⁴ There is no logic on it [the merger of a tv company and a newspaper], just the same hazy faith in synergy – that someday information and entertainment, print and screen will all wash as one big tub of electronic data. But Lord Hollick, head of MAI, seems to be convinced that the short-term gains from cross-promotion of television and newspapers justifies allying his company with the owners of declining Express.

peçoal. Não obstante esse cenário da “caixa preta”, como uma tecnologia capaz de reunir e substituir todas as mídias, tenha sido rapidamente descartado no âmbito industrial e acadêmico, ele chegou a ser objeto da pesquisa da Associação Mundial dos Jornais, em sua publicação europeia *Innovations in Newspapers*, em 1999, quando confirmou as previsões de Nicholas Negroponte, feitas vinte anos antes, de que todas as tecnologias de comunicação estavam passando por uma metamorfose, que só poderia ser entendida adequadamente quando tratadas como um único tópico. Dois anos depois da primeira pesquisa, em 2001, ao serem perguntadas sobre o estágio em que se encontravam os duzentos jornais associados, em termos de convergência multimídia, 73% das empresas responderam que “estava começando a acontecer”. Em 19% das redações, a convergência não existia e apenas 5% dos jornais consideravam-se um modelo nesse quesito. Na mesma pesquisa, é possível identificar outra estratégia dos jornais associados, agregada ao discurso da convergência: a indicação do jornalista como um dos fatores limitadores do potencial convergente das empresas, por sua falta de conhecimentos e interesse nas tecnologias e sua resistência ao trabalho em equipes multidisciplinares, que envolviam profissionais da informática, recém-chegados aos jornais. Estava em curso uma das batalhas de poder a que se refere Foucault: as empresas - utilizando o discurso do avanço tecnológico para implementar a figura do repórter multimídia, capaz de apurar, fotografar e diagramar sua matéria - e os jornalistas, tidos como tradicionais, resistentes à visível manobra de enxugar as redações sob o lema da inovação¹⁵. As indústrias construíaam a imagem do jornalista resistente, enquanto se constituíaam em espaço de resistência às mudanças.

Nesse período, defendem Briggs e Burke (2004), as discussões sobre as consequências do processo de digitalização e o envolvimento da audiência começam a aparecer no ambiente do entretenimento e da educação, ainda que não se falasse em interação no sentido da participação (LEMOS, 2000). No cinema, *Super-Homem*, depois *Tubarão* e *Guerra nas estrelas*, reanimavam o público de filmes de massa com uso de “efeitos especiais”. Essa movimentação, todavia, recebeu pouca atenção acadêmica, mais interessada na educação, segundo esses

¹⁵ Nesse período, acompanhamos dois exemplos dessa relação conflituosa em Belo Horizonte: o enxugamento das redações das sucursais dos jornais *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*; e o processo de sinergia no Sistema Globo, que significou a demissão de diversos profissionais do rádio e da televisão. Para detalhes, ver artigo "O triste fim das sucursais" (CASTRO, 2009).

autores, onde cresciam os projetos dedicados a pensar “universidades sem parede e escolas sem professores” (BRIGGS; BURKE, 2005, p. 273).

Os debates sobre as consequências da “explosão da nova informação”, termo utilizado por Dizard em seu livro *Television, a World View*, de 1966, tomaram fôlego no início dos anos 1990. Um outro termo, “interatividade”, seguiu-se rapidamente, para ser usado ainda com maior frequência do que ‘criatividade’”, também em voga à época. “Interatividade era uma palavra usada com relação a dispositivos empregados em museus, salas de aula, televisão doméstica e, por extensão, possibilidades de ‘compras eletrônicas’” (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 17). Interatividade, para a televisão verticalizada, significava (como ainda significa) multiplicar as possibilidades de acesso e escolha do usuário frente ao volume crescente de vídeos produzidos, amplificando também as formas de comercialização do conteúdo.

Para o biógrafo participante dos ‘arquitetos da rede’ Robert H. Reid, a interatividade na televisão era ‘o estratagema final da Grande Convergência ainda no início da década de 1990. Ela traria o vídeo por assinatura em grande escala a milhões de pessoas’, sua infra-estrutura seria ‘integrada com os sistemas de transações de marketing que pulariam na jugular da indústria biliardária de catálogos’ (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 276).

No meio acadêmico, marca relevante foi o lançamento do *Journal Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, em março de 1995. Na primeira edição, Roger Silverstone (1995) já discutia a complexidade semântica no artigo “Convergence Is a Dangerous Word”, considerando-a perigosa por se referir a múltiplos fenômenos em áreas distintas e difundir a ideia de que se tratava de um processo tecnológico inevitável e necessário, munição para reengenharias empresariais de toda espécie.

Ainda na década de 1990, Fagerjord e Storsul (2007) identificaram seis interpretações dominantes nos estudos sobre convergência: convergência de redes, terminais, serviços, retóricas, mercados e regimes regulatórios. Para esses autores, o conceito não é apropriado para descrever as complexas mudanças atuais e futuras no cenário das mídias. Eles defendem estudos profundos e isolados em cada um dos campos em mutação, como tecnológicos, econômicos, comerciais, sociais etc. Discordamos desses autores, pois consideramos necessário um conceito geral para explicar os processos em curso, ainda que as abordagens se ramifiquem rizomaticamente (DELEUZE; GUATTARI, 1995).

Na Grã-Bretanha, segundo Briggs e Burke (2006, p. 279), “discussões acaloradas sobre as dimensões culturais e sociais da convergência” aconteceram em meados da década de 1990, quando a BBC obteve nova concessão em 1996. A emissora incorporou o desafio da tecnologia digital proposto pelo governo e instalou o primeiro canal digital de televisão, BBC Choice, em 1998, dentro de um conceito de convergência com a internet, ainda assim, em perspectiva tecnológica.

Em 2000, Flynn identificou três áreas de convergência relacionadas ao universo digital: dispositivo, redes e conteúdo. Como dispositivos, ele se refere a plataformas e às formas como a convergência ocorre quando dois suportes se combinam, caso dos telefones celulares e internet. As redes, para esse autor, estariam relacionadas à infraestrutura proporcionada pelas empresas de telecomunicação, como largura da banda de transmissão de dados. A convergência de conteúdos, criticava Flynn à época, consistiria na tendência à reutilização das mesmas informações em diferentes meios, o que chamou de “escreva uma vez-distribua em todos os lugares”¹⁶. Flynn defendia uma quarta forma de convergência, com foco no usuário, cujo comportamento deveria definir as demais instâncias. Não é nossa proposta definir a gênese da incorporação do usuário nas discussões acadêmicas sobre convergência e comunicação, uma vez que esse processo, como vimos, estende-se para além das empresas de comunicação, no âmbito do entretenimento, da educação. Entretanto, os estudos de Flynn apontam para uma percepção sobre a emergência de uma lógica diferenciada, horizontalizada, pautada na participação e na inserção do público nos estudos sobre os processos midiáticos convergentes.

A produção de conteúdo recebeu a atenção de autores diversos, muitos deles (QUINN, 2005; GRANT; WILKINSON, 2008) conectados ao projeto IfraNewsplex¹⁷ da Associação Mundial de Jornais. Nessa abordagem, bastante apropriada à formação de mão de obra para atuar em múltiplas plataformas, jornalistas seriam responsáveis por pensar as diversas linguagens de uma reportagem e produzi-las utilizando áudio, vídeo, texto, infografia para jornais, rádios, televisões, internet e mídias móveis. Ainda hoje, vemos muitas empresas no Brasil buscando

¹⁶ No inglês: write-once-run-anywhere.

¹⁷ A missão do projeto Newsplex, fundado pela Associação Mundial dos Jornais, em 2002, é ajudar as organizações a se adaptarem à realidade multiplataformas. O Newsplex oferece treinamento em bases na Europa e nos Estados Unidos, além de consultoria a jornais associados de todo o mundo. Cf. <www.newsplex.org>.

consultoria junto a esse projeto, na expectativa de reverter as dificuldades internas de promover mudanças e fazer frente à crise no setor, especialmente nos jornais.

Em 2006, em meio a críticas e aplicações dispersas do conceito, Henry Jenkins lançou o livro *Cultura da convergência*, considerado um marco nos estudos sobre mídia por organizar os diversos usos do termo, conceituando-o a partir do comportamento da audiência.

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre os vários setores da mídia, e o comportamento migratório das audiências da mídia que vai quase em qualquer lugar em busca dos tipos de experiências de entretenimento que eles querem (JENKINS, 2006, p. 2).¹⁸

Mesmo que *Cultura da convergência* aborde os paradigmas analógicos e digitais, Jenkins (2006) se distancia da visada até então recorrente, assentada nas tecnologias, para enfatizar movimentos culturais e cognitivos, como o fluxo e migração entre vários integrantes (indústria, plataformas, audiências), abrindo as portas para uma amplitude de abordagens com os escopos mais diferenciados.

Conforme ressalta Jenkins, “convergência não significa perfeita estabilidade ou unidade. Ela opera como uma força constante pela unificação, mas sempre em dinâmica de tensão com a transformação.” (JENKINS, 2006, p. 36). O foco dos estudos passou da conformação das redações e das rotinas produtivas para a participação, o engajamento, o comportamento de uma audiência que não podia mais ser medida pelo rigor dos índices das metodologias baseadas nas métricas como tradicionalmente fazia o Ibope no Brasil, por exemplo.

Nesta linha, Canclini (2008) defende a necessidade de uma abordagem antropológica para entender o alcance das mudanças

A fusão entre multimídia e propriedade concentrada das mídias em produção cultural se correlaciona com mudanças no consumo cultural. Portanto, abordagens macrossociológicas, que procuram entender a integração de rádio, televisão, música, notícias, livros e da internet na fusão de multimídia e de negócios, também necessitam de um olhar antropológico, uma perspectiva mais qualitativa, para compreender como os modos de

¹⁸ By convergence i mean the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behaviour of media audiences who will go almost anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they want.

acesso, bens culturais e formas de comunicação estão sendo reorganizados (CANCLINI, 2008, p. 390, tradução nossa).¹⁹

Maxwell e Miller (2011) não descartam essa perspectiva, mas pregam cautela e apontam para uma divisão nos estudos acadêmicos em relação aos poderes da audiência e das empresas.

Por um lado, compramos a fantasia individualista da autonomia público/consumidor/leitor - o sonho neoliberal intelectual de música, filmes, televisão e tudo o mais convergentes sob o signo de fãs empoderados. Por outro lado, compramos a fantasia corporativa de controle - o pesadelo político econômico de música, filmes, televisão e tudo o mais convergente sob o signo das empresas empoderadas (MAXWELL; MILLER, 2011, p. 588, tradução nossa).²⁰

Para os dois autores, seria possível notar ainda, nas abordagens tradicionais sobre convergência, a construção de uma história das comunicações mapeada linearmente com o aparecimento sucessivo de tecnologias evolutivas (telégrafo, telefone, rádio, cinema, televisão, internet, tecnologias móveis) e modelos de convergência jornalística construídos a partir dos discursos e interesses empresariais ou pessoais dos pesquisadores.

Em 2008, os pesquisadores espanhóis Salaverría e Negrodo lançaram o livro *Jornalismo Integrado: convergência de meios e reorganização de redações*. A obra estuda em profundidade oito casos de jornais que optaram por integrar suas redações em papel e *on-line*. São eles: *Daily Telegraph*, *Tampa News Center*, *Schibsted*, *O Estado de S. Paulo*, *The New York Times*, *The Guardian*, *Clarín* e *Financial Times*. O livro é considerado um marco nas pesquisas sobre convergência de mídias. Entretanto, poucos se referem ao fato de Salaverría e outros acadêmicos da universidade de Navarra atuarem como consultores da empresa DiFranco Estratégia de Mídia²¹, desenvolvedora de projetos de convergência e integração de mídias informativas, o que poderia constituir um conflito de interesses na construção de uma

¹⁹ The fusion of multimedia and concentrated media ownership in cultural production correlate[s] with changes in cultural consumption. Therefore macrosociological approaches, which seek to understand the integration of radio, television, music, news, books, and the internet in the fusion of multimedia and business, also need an anthropological gaze, a more qualitative perspective, to comprehend how modes of access, cultural goods, and forms of communication are being reorganized.

²⁰ On the one hand, we buy into the individualist fantasy of audience/consumer/player autonomy – the neoliberal intellectual’s dream of music, movies, television and everything else converging under the sign of empowered fans. On the other, we buy into the corporate fantasy of control – the political economist’s nightmare of music, movies, television and everything else converging under the sign of empowered firms.

²¹ Cf. <<http://consultoriadifranco.com/>>.

pesquisa científica sobre o tema. Esses autores foram criticados²² por sua postura “integracionista”, de defesa dos interesses das empresas, e responderam à crítica afirmando que

Trata-se de um processo multidimensional que, no mínimo, compreende aspectos relacionados com as tecnologias de produção e consumo da informação, com a organização interna da empresa, com o perfil dos jornalistas e, também, com os próprios conteúdos que se comunicam. Por isso, uma empresa jornalística que planeja colocar em prática um verdadeiro processo de convergência entre seus meios não deveria limitar-se a pensar em como reposicionará os postos de trabalho de seus jornalistas. Aventurar-se em um processo de convergência exige reconversão integral de toda a empresa (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 16, tradução nossa).²³

Em muitos casos, o processo de convergência é analisado como uma evolução dentro das empresas, desconsiderando a possibilidade do que Yong Jin (2013) e Tameling e Broersma (2013) chamam de “de-convergence”, quando as redações fazem o caminho reverso e decidem retomar modelos antigos de separação entre a produção *on-line* e impressa, caso do jornal alemão *Volkstrant*.

Nossa visada sobre o processo de convergência encontra na filosofia e na proposta de consideração de uma ampla rede de relações movimentadas historicamente (o que inclui compreender sua lógica antes do processo digital da década de 1970) um caminho promissor para abordar as heterogeneidades e a fluidez características das ações que constituem esse universo em construção e expansão, sem deixar de identificar ou negligenciar saberes, poderes, crises e retomadas estratégicas que lhe são inerentes.

²² Refere-se ao comentário da jornalista Ana Estela no site <<http://webmanario.com/2009/03/18/oito-casos-de-convergencia-analisados-bem-de-perto/>>. “Era bom ressaltar que o livro é francamente “integracionista” e que tem gente ali no meio que vende consultoria para quem quer fazer redações integradas... Ou não?” Acesso em: 8 jan. 2015.

²³ Trata-se de um proceso multidimensional que, no mínimo, comprende aspectos relacionados con las tecnologías de producción y consumo de la información, con la organización interna de la empresa, con el perfil de los periodistas y, por supuesto, con los propios contenidos que se comunican. Por eso, una empresa periodística que planea poner en práctica un verdadero proceso de convergencia entre sus medios no debería limitarse a pensar en cómo reubicará los puestos de trabajo de sus periodistas. Aventurarse en un proceso de convergencia exige una reconversión integral de toda la empresa [...].

No caso do Reino Unido²⁴ - onde está localizada a BBC, nosso objeto de estudo -, em 2013 o Comitê de Comunicação do Parlamento Britânico ²⁵ produziu amplo relatório sobre Convergência de Mídias a partir de pesquisas e entrevistas com acadêmicos, empresas, grupos de pesquisa, políticos e outros setores de interesse. O relatório final reflete a pressão da indústria dos jornais e sua estratégia de chamar a atenção para a necessidade de se pensar leis que permitam “flexibilidade para adaptar-se a um ambiente de mídias em permanente mudança.” (HOUSE OF LORDS, 2013, p. 5). No cerne do documento está o discurso de proteção dos interesses do público britânico, de forma a garantir tanto o livre acesso à informação, quanto um sistema de proteção e controle por idade, como o existente nas mídias tradicionais. Diferente do sistema de livre mercado americano, o Parlamento Britânico baseava seus argumentos na tradição do serviço público e na necessidade de se proteger da concorrência global trazida pela internet, garantindo amplo acesso à informação gerada pela BBC, sem prejudicar os demais setores da indústria midiática, em particular os jornais.

Recomendamos que, antes da próxima avaliação da Carta BBC, o Governo deve realizar uma revisão abrangente do serviço público de radiodifusão, para incluir não apenas a BBC, mas todos os outros provedores. Propomos também várias medidas reguladoras mais imediatas, e potencialmente valiosas, para ajudar no suporte ao serviço público de radiodifusão. Em particular, consideramos essencial que sejam tomadas medidas para garantir que o público seja capaz de descobrir e acessar conteúdo de serviço público facilmente em um mundo convergente. [...] consideramos o impacto econômico na BBC e refletimos sobre como isso pode melhorar o bem público, enquanto tranquilizamos o mercado, sobretudo a indústria de jornais, de que ela também tem uma posição segura no mundo convergente (HOUSE OF LORDS, 2013, p. 6, tradução nossa).²⁶

²⁴ A Grã-Bretanha é uma das muitas Ilhas Britânicas da Europa que abrange a maior parte do Reino Unido. Nesta ilha estão três das quatro nações britânicas: Escócia, na parte norte; Inglaterra, no sul; e País de Gales, a oeste. O Reino Unido (United Kingdom ou UK), oficialmente Reino Unido da Grã-Bretanha, inclui, além desses países, a Irlanda do Norte.

²⁵ Esse Comitê foi instituído em 2007 para investigar políticas públicas relacionadas à comunicação, mídia e indústria criativa. O Comitê decide os temas a serem investigados e levanta provas escritas e orais junto aos cidadãos britânicos, acadêmicos, empresas, grupos de reflexão, ministros e governo a fim de gerar amplos relatórios. As questões devem ser respondidas pelo Governo no prazo de dois meses e são então debatidas no Parlamento. Desde 2007, o Comitê produziu os seguintes relatórios: The governance and regulation of the BBC; The future of investigative journalism; Broadband for all – an alternative vision; Media convergence; Media plurality; Broadcast general election debates.

²⁶ We recommend that in advance of the next BBC Charter Review, the Government should conduct a comprehensive review of public service broadcasting in the round, to include not just the BBC but all other providers. We also propose various more immediate, but potentially valuable, regulatory measures to help support public service broadcasting. In particular, we deem it essential that measures are taken on prominence to ensure that audiences are able to discover and access public service content easily in a converged world.[...]we

Ainda no Reino Unido, o jornal *The Guardian* tem discutido o tema publicamente por meio do evento “Changing the Media Summit”²⁷. A programação de 2013 e 2014, com seu enfoque mercadológico, nos permite vislumbrar preocupações que permeiam as discussões neste campo a partir da mídia impressa. Fala-se em fragmentação da audiência, na importância do conteúdo, multitelas, *big data*, *paywalls*, mobilidade, WhatsApp, internet das coisas. Uma explosão tecnológica e comportamental fragmentada a desafiar lógicas econômicas, produtivas, organizacionais, capazes de unir profissionais das diversas mídias em discursos confusos e multiformes.

Como se vê, diferentes culturas, autores e mercados se organizam com maior ou menor ênfase, realçando um ou outro aspecto desse complexo ambiente midiático contemporâneo. Porém, em destaque está o constante tensionamento entre pelo menos duas grandes lógicas de comunicação: a lógica transmissiva de produção e circulação de informações; a lógica de compartilhamento, baseada na conectividade, no engajamento e em construções coletivas. Conforme argumentam Alzamora e Rodrigues (2014), trata-se da “passagem do predomínio da cultura de massa (Morin, 1972), fundada na lógica comunicacional de transmissão, para a cultura da convergência (Jenkins, 2008), fundada na lógica comunicacional do compartilhamento.” (ALZAMORA; RODRIGUES, 2014, p. 3).

Na perspectiva da convergência defendida por Jenkins (2006), no cenário midiático atual coexistem dois processos integrados (Jenkins, 2006): um movimento “vertical”, planejado pelo viés empresarial, político e econômico; um movimento “horizontal”, que também pode ser político, mas no qual se dá a participação auto-organizada de espectadores, fãs, jornalistas, cidadãos, cuja marca principal está na produção (ou mesmo coprodução) pautada pela reapropriação, criação de bens culturais, informativos e jornalísticos.

Embora concordemos com o autor, consideramos necessário pensar também uma dimensão de divergência cultural, cognitiva, comportamental nessa mesma sintonia, como reivindicam o próprio Jenkins (2001) e Appelgren (2004), na qual se considere que as tensões perpassam tanto as lógicas verticais e horizontais, quanto evidenciam outras lógicas transversais, que tentaremos identificar no percurso desta pesquisa. Desta maneira, defendemos que, em uma

consider the BBC’s economic impact and reflect on how this might best promote the public good, whilst reassuring the market, above all the newspaper industry, that it too has a secure foothold in the converged world.

²⁷ Cf. <<http://www.theguardian.com/media-network/changing-media-summit>>.

mesma empresa midiática, um processo de convergência multifacetada e maleável pode interferir e se fazer presente de forma múltipla nas coberturas jornalísticas, dependendo das estratégias e interesses mobilizados.

Não devemos nos esquecer de que as redes estão hoje configuradas por um *mix* muitas vezes contraditório entre o perene e o mutante, o tradicional e o inovador, diante do qual uma necessidade de definições de papéis, estados, permanências pode ser prematura, ou mesmo impossível. Talvez o que melhor defina o momento atual sejam as incertezas, a fluidez, os procedimentos em fluxo, o que, em nossa visão, exige priorizar a análise de dispositivos e não os produtos e rotinas produtivas.

Nesta linha, Appelgren (2004) e Hepp *et al.* (2008) definem convergência midiática não como um estado, mas como um processo²⁸ que ocorre na interseção entre tecnologias midiáticas, indústrias, conteúdos e audiências. Hepp *et al.* (2008) se propõem a discutir a comunicação contemporânea entrelaçada a três conceitos: conectividade, redes e fluxos. Já Appelgren chama a atenção para o fato de convergência e divergência serem aspectos de um mesmo processo. “Se a convergência é usada para descrever processos separados e não estados finalizados dentro da indústria de mídia, como produção ou a distribuição de conteúdo de mídia, é possível definir e usar o conceito para muitas situações diferentes.” (APPELGREN, 2004, p. 245, tradução nossa)²⁹

Essa definição nos parece apropriada para nosso propósito de olhar a convergência do ponto de vista dos dispositivos acoplados, ali onde ocorre a interseção entre as indústrias olímpica, midiática e jornalística; os conteúdos gerados e compartilhados; as audiências presentes e alcançadas; as divergências.

²⁸ Barros e Kastrup (2009) alertam que, para se falar em investigação de processo, é necessário que se faça uma advertência, pois a palavra processo possui dois sentidos distintos. O primeiro remete à ideia de processamento; o segundo, à ideia de processualidade. A noção de processamento evoca a concepção de conhecimento pautada na teoria da informação. “Nesta perspectiva, a pesquisa é entendida e praticada como coleta e análise de informações. Se, ao contrário, entendemos o processo como processualidade, estamos no coração da cartografia” (BARROS; KASTRUP, 2009, p. 74) e da investigação de um objeto em permanente construção. Nesta tese, quando falamos de processo, nos referimos a processualidade e não a processamento.

²⁹ If convergence is used to describe separate processes and not end-states within the media industry, media content production or the distribution of media content, it is possible to define and use the concept for many different situations.

1.1.1 Galáxia semântica

No entorno do processo de convergência de mídias, tem crescido e se multiplicado uma galáxia terminológica e semântica (SCOLARI, 2009; ALZAMORA; TÁRCIA, 2012a, b), um feixe de linhas relevante no enredamento de dispositivos discursivos característicos do sistema de comunicação contemporânea, também expressão de saberes constituídos enquanto discursos conformadores de poder.

Conceitos como “cross media” (Bechmann Petersen, 2006), “plataformas múltiplas” (Jeffery-Poulter, 2003), “mídias híbridas” (Boumans, 2004), “Commodity intertextual” (Marshall, 2004), “mundos transmídiais” (Klastrup & Tosca, 2004), “interações transmidiais” (Bardzell, Wu, Bardzell & Quagliara, 2007), “multimodalidade” (Kress & van Leeuwen, 2001), ou “intermídia” (Higgins, 1966) podem ser encontrados orbitando na mesma galáxia semântica (SCOLARI, 2009, p. 588).

Embora Foucault (1997) sugira colocar em suspensão saberes e discursos científicos no desvelamento de dispositivos, propomo-nos a analisá-los enquanto componentes dos dispositivos em questão, buscando apreender as lógicas de sua inserção na malha de acoplamento.

Para isso, apoiando-nos em Alzamora e Tárzia (2012b), partimos de três prefixos conformadores de termos recorrentes no ambiente discursivo da convergência: multi, trans, inter. Atemo-nos, particularmente, a quatro acoplamentos - **multimídia** (LANDOW, 1992; BULL, 2010; ALZAMORA; TÁRCIA, 2013), **intermídia** (DUDRAH, 2012; ALZAMORA; TÁRCIA, 2013), **transmídia** (JENKINS, 2006; SCOLARI, 2010; ALZAMORA; TÁRCIA, 2013; GAMBARATO, 2013) e **multiplataforma** (PHILIPS, 2014) - ativados com frequência por diferentes autores em artigos, comentários e reportagens ao se referirem a formas de apuração, produção e compartilhamento de informações na lógica de conexões porosas e fluidas característica dos cenários midiáticos contemporâneos.

Interessa-nos pensar de que modo esses prefixos configuram um contexto midiático específico no acoplamento de dispositivos e como são acionados no nosso universo empírico. Como Alzamora e Tárzia (2014), partimos da definição de Silverstone (2002) sobre mídia:

Devemos pensar a mídia como um processo, um processo de mediação. Para tanto, é necessário perceber que a mídia se estende para além do ponto de contato entre os textos midiáticos e seus leitores e espectadores. É necessário considerar que ela envolve os produtores e consumidores de mídia numa atividade mais ou menos contínua de engajamento e desengajamento com significados que têm sua fonte ou seu foco nos textos mediados, mas que dilatam a experiência e são avaliados à sua luz numa infinidade de maneiras (SILVERSTONE, 2002, p. 33).

Desta forma, mídia se configura como um dispositivo do qual todos fazemos parte, criando significados “nômades” (SILVERSTONE, 2002, p. 33). A mídia nos configura, da mesma maneira como nos configuramos por meio dela e atuamos para constituí-la enquanto tal. Neste sentido, reafirmando ALZAMORA; TÁRCIA (2014), podemos dizer que

Sem o engajamento social em torno de textos midiáticos que os ressignifica em outros contextos midiáticos, as narrativas não se expandiriam transmidiaticamente. Por outro lado, se não compreendêssemos todo e qualquer ambiente midiático como um processo de mediação naturalmente poroso, permeável, o nomadismo dos significados midiáticos ficaria comprometido (ALZAMORA; TÁRCIA, 2014, p. 24).

Retomando os prefixos e suas conformações, evocamos, como fizemos em Alzamora e Tárzia (2014), as discussões epistemológicas sobre multidisciplinidade, interdisciplinidade e transdisciplinidade para refinar a diferenciação relacional entre multimídia, intermídia e transmídia. As pesquisas no campo educacional, principalmente sobre interdisciplinaridade, termo nascido na década de 60, encontram-se bastante amadurecidas, com “mais de cinco mil volumes escritos e difundidos em todo o mundo” em centros de referência de diferentes continentes (FAZENDA, 2013, p. 17). Embora “provisórios e inacabados”, como de fato o são todos os conceitos, aquelas pesquisas fornecem, no nosso entendimento, importantes pistas para o campo da comunicação.

Não buscaremos a gênese desse longo debate conceitual³⁰, por ser um tema tangencial ao nosso propósito. Interessa-nos apontar alguns de seus usos recorrentes, de forma a desvelá-los ao longo desta tese, com o objetivo de buscar contribuições para o clareamento da segunda parte da nossa questão: *como o desvelamento do intrincado feixe de relações on-line e off-line que permeia a convergência de mídias em estudo pode contribuir para a compreensão dos processos contemporâneos de comunicação?*

³⁰ Uma breve indicação bibliográfica sobre o tema pode ser encontrada em Domingues (2012).

Partimos da competente síntese de Domingues (2012), que sumaria as diferenças com base nas diversas obras de Klein. De acordo com esse autor, o **multidisciplinar** consistiria na justaposição das disciplinas, com natureza essencialmente aditiva, não integrativa, entendendo-se por justaposição mais do que colocar lado a lado, uma aproximação um compartilhamento de informações. O **interdisciplinar**, por sua vez, consistiria em cooperação, com natureza integrativa, conforme definição da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), citada por Domingues (2012). Segundo a OCDE, a interdisciplinaridade visaria à mútua integração de conceitos, terminologias, métodos e dados em conjuntos mais vastos, repercutindo na organização do ensino e da pesquisa. Por fim, o **transdisciplinar**, “com ambição consideravelmente maior” (DOMINGUES, 2012, p. 15), consistiria na tentativa de ir além das disciplinas (trans = além e através), possuindo o que este autor classifica como uma “índole transgressiva”, levando à quebra das barreiras disciplinares e à desobediência às regras impostas pelas diferentes disciplinas. Essa proposta, considera Domingues, exigiria um cruzamento de lógicas horizontais e verticais, o que a torna bastante rara, tratando-se “mais de um novo paradigma do que de uma atitude, de um método ou de um olhar.” (DOMINGUES, 2012, p. 15)

Para França (2002, p. 18), interdisciplinar refere-se “a temas ou objetos da realidade que são apreendidos e tratados por diferentes ciências, não havendo, neste caso, deslocamento ou alteração no referencial teórico da disciplina.” Já interdisciplinaridade se manifesta quando “uma determinada questão ou problema suscita contribuições de diferentes disciplinas, mas essas contribuições são deslocadas de seu campo de origem e entrecruzam-se em um novo lugar [...]. É esse tratamento híbrido, distinto, que constitui o novo objeto” (FRANÇA, 2002, p. 18).

Assim, Alzamora e Tárzia (2012b) constroem os conceitos de intermidialidade e transmidialidade:

A perspectiva intermidiática deve se referir a formas de produção e circulação de informações que se estabelecem no cruzamento e complementaridade de ambientes midiáticos variados, não havendo, neste caso, deslocamento ou alteração no referencial midiático. Já a perspectiva transmidiática pressupõe não apenas complementaridade midiática, embora esta seja uma característica relevante do processo, mas principalmente deslocamentos das características tradicionalmente marcadas pelos ambientes midiáticos (ALZAMORA; TÁRCIA, 2012, p. 26).

Acrescentemos a esta perspectiva a camada conversacional amplificada em conexões de mídias e redes sociais, conformando polifonias *on* e *off-line*, em movimentos de reafirmação ou tensionamento com as lógicas tradicionais.

Nosso desafio metodológico está em apreender este processo fora de seu estado latente: reconstituí-lo historicamente, observando, mapeando, capturando, flertando com aqueles elementos que se enredam e interceptam, impactando o fazer jornalístico, sem cairmos nas armadilhas distrativas e estratégicas dos enunciados e suas curvas de visibilidade. Partimos do princípio de que esses meandros não serão auferidos somente no produto, nas formas de distribuição ou nas rotinas (DOMINGO *et al.*, 2007), mas na confluência dos vários fazeres, na sutileza das estratégias atravessadas por conversações várias, como já ressaltamos. Aí sim, consideramos possível desvendar as linhas espessadas, sustentáculo da octogenária televisão, sem deixar de considerar os elementos tensionadores, suas fraturas e possíveis rupturas e renovações, como propõe Williams (2009).

Para fazer frente a esse desafio, a opção desta tese está em conectar metodologicamente a proposta dos dispositivos, com suas relações de discurso-saber-poder e conflitos identificáveis por meio das linhas de força que os constituem, com a capacidade sinérgica do processo de convergência de mídias, como forma de alcançar um possível modelo de análise capaz de acompanhar a fluidez característica desta construção. Temos percebido de forma recorrente em nossos estudos que o processo de convergência por vezes apresenta desafios antigos em novas vestes e traz consigo possibilidades diferenciadas de analisá-los ao permitir uma conexão de interesses e vozes no ambiente *on-line*, nas memórias em redes. São esses interstícios que nos propomos a mapear, cartografar.

Nesta tese, o processo de convergência de mídias será compreendido pelo acoplamento circunstancial de um *conjunto de dispositivos heterogêneos midiáticos e não midiáticos enredados em relações fluidas de discurso-saber-poder, mobilizados e potencializados historicamente para práticas jornalísticas em contextos específicos.*

Para clarear e fundamentar a definição proposta acima, precisaremos aprofundar no pensamento foucaultiano/deleuziano e na contribuição de seus comentadores em relação aos conceitos de dispositivo, discurso, saberes, poderes e genealogia.

1.2 DISPOSITIVOS, CURVAS E LINHAS

Apesar de não ter propriamente desenvolvido um conceito de dispositivo, sendo esta uma noção que permeia sua obra, Foucault resumiu o uso do termo como uma tentativa de demarcar

um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode tecer entre estes elementos (FOUCAULT, 1999, p. 244).

A rede que o dispositivo tece diz respeito, segundo Foucault (1999), aos elementos díspares, discursivos ou não, visíveis ou invisíveis, um jogo fluido, multilinear, em constante movimento, com função histórica e estratégica. Para o filósofo francês, trata-se de um mecanismo de poder com múltiplas dimensões em jogo.

Foucault trata, ao longo de sua obra, de dispositivos disciplinares, dispositivo carcerário, dispositivos de sexualidade, dispositivo de aliança, dispositivo de verdade, dispositivos de saber e de poder entre outros, construindo uma verdadeira “caixa de ferramentas que os leitores poderiam vasculhar em busca daquela que precisavam para pensar e agir.” (OKSALA, 2007, p. 7).

O termo, segundo Raffnsøe *et al.* (2014), não é um neologismo. No dia a dia francês, os autores descreveriam “um arranjo criado para um fim específico, também destinado a ter alguma aplicação imediata” (RAFFNSØE *et al.*, 2014, p. 9), como, por exemplo, um “dispositivo de informação” em uma estação de trem, com informações sobre horários das viagens.

Atualmente, a noção é muitas vezes usada dentro do domínio de novas formas de informação, comunicação e formatos de mídia para descrever como estes, para o seu funcionamento, podem precisar de organização, recursos materiais, conhecimento tecnológico, formação de insumos, bem como de recepção de impulsos. O dispositivo é “algo” que implica uma certa distribuição de atividades que envolve vários componentes (RAFFNSØE *et al.*, 2014, p. 9).³¹

³¹ Currently, the notion is often used within the domain of new forms of information, communication and media formats to describe how these for their functioning may need organization, material resources, technological knowhow, formation of inputs, as well as reception of outputs. The dispositive is ‘something’ which entails a certain distribution of activities involving various components.

Mas não só. O termo assume vários outros usos, também no universo militar, no contexto legal e técnico, todos apontando, de alguma forma, para alguma coisa ou circunstância intermediária, em ou sobre a qual algum arranjo potencial deve ocorrer para promover sua atualização (RAFFNSØE *et al.*, 2014).

Para Bruck (2012), dispositivo pode ser pensado como uma “ideia-força” que “alavanca o dizer, lança pontes para a melhor compreensão do conceito de fundo – o processo, ou seja, a nuclear especificidade do conhecimento em questão.” (BRUCK, 2012, p. 40).

O conceito, que chegou a ser considerado vago em seu rigor metodológico (RAFFNSØE *et al.* em relação às primeiras abordagens de Dreyfus e Rabinow, de 1982), adquiriu, vinte anos depois de criticado, conforme o próprio Rabinow, o status de “uma das mais poderosas ferramentas conceituais introduzidas por Foucault.” (RABINOW; ROSE, 2003 citados por RAFFNSØE *et al.*, 2014). Para Raffnsøe *et al.* (2014), a frutífera e multivariada recepção que o termo teve após a morte do autor necessita ser enfocada de forma mais rigorosa, já que o próprio Foucault o utiliza em circunstâncias bastante diversas, assim como Deleuze teria ampliado o escopo de abordagem para além da obra original.

No campo da comunicação, diferentes estudos lançaram distintos olhares sobre os dispositivos. Peraya (1999) propõe uma abordagem triádica dos dispositivos midiáticos, conjugando tecnologia, relações sociais e sistemas de representação. Rodrigues (1994) ressalta os dispositivos como um conjunto de regras “de gestão” das interações. Já Charaudeau (1997) defende que o dispositivo seria composto por elementos materiais, o suporte físico que carrega a mensagem, a tecnologia enquanto mediação. Para além dessas abordagens, as quais consideramos restritivas, enxergamos nos dispositivos uma proposta de elasticidade, com foco nos sistemas, que configuraria ambientes relacionais amplificados nos quais estão enredados os dispositivos que buscamos desvelar.

Para Raffnsøe *et al.* (2014), as abordagens empíricas e metodológicas, que restringem a perspectiva a um ambiente muito localizado, distanciam-se da proposta ampla, ao nível societal e histórico, proposta por Foucault. Para aqueles autores, “recolocar o dispositivo de

Foucault neste plano social de ordem superior é um dos principais requisitos para a formulação da análise disposicional." (RAFFNSØE *et al.*, 2014, p. 8)³².

Neste sentido, Kessler (2006) assinala a perspectiva em De Certeau (1994): "o conceito de dispositivo é explorado como um tipo de formação que não apenas produz controle e restrições, mas também abre possibilidades de contacto, participação, processos lúdicos, assim como experiências corporais e sensuais." (KESSLER, 2006, p. 4).

Seguindo essa linha, concordamos com Bruck (2012) e De Certeau (1994) sobre a necessidade de expandir o conceito a fim de abarcar a complexificação dos processos de produção e circulação de informação característica da digitalização e virtualização do ambiente comunicacional e social contemporâneos.

Interessa-nos particularmente neste debate e nas noções apresentadas por Foucault a perspectiva das relações de saber e poder, identificadas nos modos de significar de um dispositivo por meio das discursividades e das formas de acoplamento entre dispositivos heterogêneos. Para isso, primeiro faz-se necessário compreender as noções de poder e saber em Foucault.

Não existe explicitamente uma teoria do poder na obra do filósofo francês. O que ele propõe é uma "análise do poder", pois "se tentarmos construir uma teoria do poder, será necessário sempre descrevê-lo como algo que emerge em determinado lugar e num tempo dados, e daí deduzir sua gênese." (MACHADO, 1979, p. 13). Portanto, não há "O Poder", o que existe são relações de poder, isto é, "formas díspares, heterogêneas, em constante transformação. O poder não é um objeto natural, uma coisa; é uma prática social e, como tal, constituída historicamente" (MACHADO, 1979, p. 13). Foucault rejeita o poder inspirado em modelos econômicos, como mercadoria, um bem que se possui. O poder é luta, enfrentamento, disputa, relação de forças, estratégia; como tal, objetiva acumular vantagens e multiplicar benefícios. Por isso, explica, não tenta encontrar atrás dos discursos uma fonte de poder, nem um sujeito falante. Ele está em busca das diferentes maneiras como o discurso age dentro de um sistema estratégico no qual está implicado o poder. "O poder não está, pois, fora do discurso. O poder não é nem a fonte nem a origem do discurso. O poder é algo que funciona

³² [...] to resituate Foucault's dispositive on this societal plane of higher order is one of the central requirements for the formulation of dispositional analysis.

através do discurso, porque o discurso é, ele mesmo, um elemento em um dispositivo estratégico de relações de poder.” (FOUCAULT, 2006, p. 465).

Para ele, o poder penetra e controla o prazer cotidiano, com efeitos que podem ser “de recusa, bloqueio, desqualificação, mas também de incitação, de intensificação” (FOUCAULT, 2014, p. 18), naquilo que identifica como “técnicas polimorfos de poder”.

Foucault propõe em seus estudos, mais notadamente em *Vigiar e punir* (1987), a discussão de duas formas de poder - o soberano e o disciplinar -, correspondentes respectivamente à sociedade de soberania no escravismo e feudalismo e à sociedade disciplinar no capitalismo. O poder disciplinar se caracteriza pela descentralização, invisibilidade e onipresença. A disciplina, como tipo de poder, se constitui como uma tecnologia que pode ficar a cargo de instituições.

Onde a disciplina está em causa, corresponde a um dispositivo preventivo e produtivo, trabalhando para evitar que o indesejado ocorra e, como tal, muitas vezes fabricar algo novo e também requerido. A modalidade disciplinar intervém com a vida diária dos seus objetos, moldando-os de modo que eles possam funcionar de uma forma desejável no futuro. Assim como a lei lida com o seu mundo circundante, o mesmo acontece com a disciplina, embora agora de uma forma prescritiva, com o objetivo de eliminar o indesejado e para evitar que ele ocorra (RAFFNSØE *et al.*, 2014, p. 14-15, tradução nossa).³³

Outra forma de poder abordada por Foucault é o judiciário, legal. Em geral, o filósofo trata da disciplina legal de forma negativa, com conotação de comando, proibição, soberania. Entretanto, como apontam Raffnsøe *et al.* (2014), a regularidade com que o tema aparece na produção foucaultiana também nos remete à sua importância, estando em constante atualização.

Já o saber, para Foucault (2010), é “o conjunto dos elementos (objetos, tipos de formulação, conceitos e escolhas teóricas) formados a partir de uma única e mesma positividade, no campo de uma formação discursiva.” (FOUCAULT, 2010, p. 19). Foucault não está interessado

³³ where discipline is concerned, it is a preventive and productive dispositive, working to avert the unwanted from occurring and, as such, often fabricating something new and wanted as well. The disciplinary modality intervenes with the daily existence of its objects being individual bodies, moulding them so that they can be expected to function in a desirable fashion in the future. Just as the law deals with its surrounding world, so does discipline, although now in a prescriptive fashion, aiming to eliminate the unwanted and to prevent it from occurring at all.

apenas no saber institucionalizado, científico, mas nas redes de saberes que se conformam no entorno de um problema social.

Ora, o que esses intelectuais descobriram [...] é que as massas não necessitam deles para saber; elas sabem perfeitamente, claramente, muito melhor do que eles; e elas o dizem muitíssimo bem. Mas existe um sistema de poder que barra, interdita, invalida esse discurso e esse saber. Poder que não está apenas nas instâncias superiores da censura, mas que se enterra muito profundamente, muito sutilmente em toda a rede da sociedade (FOUCAULT, 2003, p. 39).

Para o filósofo francês, nenhum saber se forma sem um sistema de comunicação, de registro, de acumulação, de deslocamento, o que constituiria formas de poder ligadas entre si. “Nenhum poder, ao contrário, se exerce, sem a extração, a apropriação, a distribuição ou a retenção de um saber. Neste nível não há conhecimento de um lado e sociedade de outro, ou a ciência e o Estado, mas as formas fundamentais de saber-poder.” (FOUCAULT, 1996, p. 19)

Disciplina, na ordem do saber, significa para Foucault uma forma discursiva de controle de produção de novos discursos. Em *A ordem do discurso*, Foucault (1996) enumera os mecanismos de limitação dos discursos. A disciplina é uma das formas internas desse controle, ou seja, uma forma discursiva de limitação do discursivo. A disciplina define um campo anônimo de métodos, proposições consideradas como verdadeiras, um jogo de regras e definições técnicas e instrumentos.

Tudo isso constitui uma espécie de sistema anônimo à disposição de quem quer ou pode servir-se dele, sem que seu sentido ou sua validade estejam ligados a quem sucedeu ser seu inventor. [...] Em uma disciplina, não é um sentido que precisa ser descoberto, nem uma identidade que deve ser repetida; é aquilo que é requerido para a construção de novos enunciados. Para que haja disciplina é preciso, pois, que haja possibilidade de formular, e de formular indefinidamente, proposições novas (FOUCAULT, 1996, p. 30).

Este princípio infinito para criação de discursos é também um princípio de coerção, com função restritiva e de controle.

Para desvelar a relação entre poderes e saberes, interessa-nos sua abordagem de discurso, além dos ditos e não ditos, relacionado aos eixos da genealogia, em que “as práticas discursivas não são pura e simplesmente modos de fabricação de discursos. Elas tomam corpo no conjunto das técnicas, das instituições, dos esquemas de comportamento, dos tipos de

transmissão e de difusão, nas formas pedagógicas, que, por sua vez, as impõe e as mantêm” (FOUCAULT, 1997, p. 12) historicamente.

É este caminho que propomos trilhar. Desvendar discursos e não-discursos “múltiplos, entrecruzados, sutilmente hierarquizados e todos estreitamente articulados em torno de um feixe de relações de poder.” (FOUCAULT, 1999, p. 32).

Trata-se de levar a sério esses dispositivos e de inverter a direção da análise: ao invés de partir de uma repressão geralmente aceita e de uma ignorância avaliada de acordo com o que supomos saber, é necessário considerar esses mecanismos positivos, produtores de saber, multiplicadores de discursos, indutores de prazer e geradores de poder. É necessário segui-los nas suas condições de surgimento e de funcionamento e procurar de que maneira se formam, em relação a eles, os fatos de interdição ou de ocultação que lhes são vinculados. Em suma, trata-se de definir as estratégias de poder imanentes a essa vontade de saber (FOUCAULT, 1999, p. 71).

Consideramos que o cenário atual nos possibilita acessar esses discursos de forma mais facilitada do que permitiam os registros à época dos estudos de Foucault, décadas de 1960 e 70 e a primeira metade dos anos 1980. Nos comentários disponíveis na *web*, seja em notícias, blogs, fóruns, sites de redes sociais ou no entorno de discursos oficiais da BBC, encontramos posicionamentos críticos relativos aos megaeventos esportivos, sua relação com a imprensa e entorno midiático. Também encontramos registros do sistema de poder que interdita e procura invalidar esse discurso e esses saberes. Do mesmo modo, percebemos um complexo sistema de retroalimentação em que esses comentários acabam validados pela mídia de massa e/ou realimentam um sistema de respostas por parte de entidades como o IOC e a própria BBC.

Tomemos como exemplo os Jogos mais recentes, as Olimpíadas de Inverno de 2014; o movimento contra a discriminação e as denúncias de corrupção que reverberaram pelas redes sociais durante as Olimpíadas de Sochi em 2014; os protestos contra as empresas patrocinadoras e o governo russo, além das reações do Comitê Olímpico Internacional (COI). Todo esse conjunto de fatos recebeu cobertura distinta da imprensa ocidental, que chegou à Rússia com predisposição crítica exacerbada, expressa também nas redes sociais, porém praticamente assombreada na medida em que os jogos tomavam o centro das discussões. Essa memória está ricamente estampada na *web*. São documentos, determinações, regras, discursos e contradiscursos oficiais e não oficiais refletidos nas estratégias de cobertura

jornalística. O já complexo dispositivo jornalístico se mostra tensionado por ranços de Guerra Fria, em regimes de exposição e dissimulação, permeados pelo dispositivo midiático, no qual *posts* de jornalistas ocidentais em Sochi passam a ser remixados e falseados em *sites* de redes sociais, entremeados pelos discursos oficiais e por desmentidos diversos³⁴. Tudo ao mesmo tempo, aqui, agora e acolá, exposto não apenas nos ambientes híbridos e ubíquos da *web*, mas retratado, com maior ou menor ênfase pelas mídias de massa tradicionais, nas múltiplas telas ao redor do mundo.

A empiria tem nos mostrado os limites de alcance dos estudos sobre rotinas produtivas e mudanças nas configurações das redações para o entendimento desse jogo que mobiliza a pesada engrenagem das empresas midiáticas em momento de fluidez de cenários característico dos últimos dez anos, no qual as decisões são tomadas quase que diariamente, na afluência de pressões crescentes e constantes. De um contexto em que as empresas de televisão levavam sete anos planejando uma cobertura olímpica (BILLINGS, 2009), passamos ao panorama poroso das redes sociais digitais, das mídias móveis e de tantos outros elementos tensionadores e muitas vezes contraditórios com modelos até então predominantes, o que nos leva a questionar: De que convergência falamos? Como apreender historicamente seus movimentos? A que televisão nos referimos? Com que modelos e saberes tratamos quando pensamos padrões estratégicos multimidiáticos, intermediários, transmidiáticos, multiplataforma? Que jornalismo é este, mais que nunca exposto em suas contradições, questionado publicamente em suas verdades, sujeito a jogos cada vez mais explícitos de poderes e saberes?

Ao comentar a noção de dispositivo de Foucault (1999), Agamben (2005) destaca a relação estratégica de rigor restritivo inscrita em uma relação de poder. Trata-se, segundo ele, de um “conjunto de práxis, de saberes, de medidas, de instituições cujo objetivo é de administrar, governar, controlar e orientar, em um sentido que se supõe útil, os comportamentos, os gestos e os pensamentos dos homens.” (AGAMBEN, 2005, p. 5). Segundo este autor, estamos em um momento de grande acumulação e proliferação de dispositivos. Cada momento da

³⁴ "8 Viral Sochi Olympics Photos That Are Total Lies", de Matt Novak, é uma das matérias que revela as diversas fotos publicadas *on-line* como se fossem denúncias de jornalistas. Disponível em: <http://paleofuture.gizmodo.com/8-viral-sochi-olympics-photos-that-are-total-lies-1517429839?utm_campaign=socialflow_gizmodo_twitter&utm_source=gizmodo_twitter&utm_medium=social_flow>. Acesso em: 5 set. 2014.

nossa vida estaria “modelado, contaminado ou controlado” por dispositivos como os esportes, o processo de convergência de mídias, o jornalismo, muitos deles acoplados ou complementares, circunstancialmente ou não.

Agamben (2005, p. 15) critica dispositivos midiáticos, os quais, segundo ele, “[...] não agem mais tanto pela produção de um sujeito, quanto pelos processos que podemos chamar de dessubjetivação”.

Aquele que se deixa capturar no dispositivo “telefone celular”, qualquer que seja a intensidade do desejo que o impulsionou, não adquire, para isso, uma nova subjetividade, mas somente um número através do qual pode ser eventualmente controlado (AGAMBEN, 2005, p. 15).

Embora os comentários de Agamben nos remetam a críticas relevantes, nossa visão de dispositivo não se restringe ao controle impositivo e negativo. Estamos interessados nos jogos de força que se estabelecem, na forma como se instrumentalizam e se constituem mutuamente. Seguindo essa linha, buscamos o instrumental necessário para desvelamento dos dispositivos, nas contribuições de Deleuze (1996) à noção de dispositivo de Foucault.

Segundo Deleuze (1996), o dispositivo

é antes de mais nada uma meada, um conjunto multilinear, composto por linhas de natureza diferente. E, no dispositivo, as linhas não delimitam ou envolvem sistemas homogêneos por sua própria conta (o objeto, o sujeito, a linguagem), mas seguem direções, formam processos sempre em desequilíbrio, e essas linhas tanto se aproximam como se afastam uma das outras. Qualquer linha pode ser quebrada - está sujeita a variações de direção, e pode ser bifurcada, em forma de forquilha - está submetida a derivações. Os objetos visíveis, os enunciados formuláveis, as forças em exercício, os sujeitos numa determinada posição, são como que vetores ou tensores (DELEUZE, 1996, p. 1).

Deleuze (1996) aponta, no dispositivo, curvas de visibilidade, enunciação; linhas de força, subjetivação, além de linhas de brecha, de fissura, de fratura, que se entrecruzam e se misturam, desembocando umas nas outras, ou suscitando outras. Em resumo, curvas e linhas que não se detêm apenas na composição de um dispositivo, mas o atravessam, o conduzem. Novas linhas, na visão desse autor, são sempre descobertas por via de uma crise. Há linhas de sedimentação, mas também de fraturas, capazes de configurar fissuras e brechas em um dispositivo.

Por ora, vamos detalhar o que Deleuze compreende por curvas e linhas e como essas noções contribuirão como operadores analíticos em nossa proposta. Em seguida, abordaremos a proposta genealógica de Foucault, conceito-guia na construção do nosso hiperdispositivo, por meio da análise dos dispositivos esportivo, jornalístico e midiático.

Curvas de visibilidade e de enunciação: dispositivos, segundo Foucault (1999), são máquinas tagarelas de fazer ver e falar; de iluminar e sombrear seus regimes e interesses. Todo dispositivo, de acordo com Deleuze (1990), possui suas estratégias de se fazer ver [visibilidade] e dizer [enunciação]. “A visibilidade é feita de linhas de luz que formam figuras variáveis. Inseparáveis de um dispositivo ou de outro – não remete para uma luz em geral que viria iluminar os objetos pré-existentes.” (DELEUZE, 1990, p. 155-156). A intensidade e a luminosidade de um dispositivo podem tanto destacá-lo quanto ocultá-lo completamente. A historicidade de um dispositivo, segundo Deleuze, está nos regimes de luzes e de enunciados, já que esses regimes “remetem a linhas de enunciação sobre as quais se distribuem as posições diferenciais de seus elementos: e, se as curvas são elas próprias enunciados, é porque as enunciações são curvas que distribuem variáveis.” (DELEUZE, 1990, p. 156). Desta forma, conduziremos nossa análise dos dispositivos e a composição de nosso hiperdispositivo por meio de um mapeamento genealógico de suas curvas e variáveis, identificando em documentos oficiais e não oficiais artigos de jornais e conversações em redes *on* e *off-line*, bem como configurando as relações de poder e saber que os modelam historicamente.

Não são nem os sujeitos nem os objetos, mas os regimes que devem se definir para o visível e para o enunciável, com suas derivações, suas transformações, suas mutações. E, em cada dispositivo, as linhas transpõem alguns limiares, em função dos quais elas são estéticas, científicas, políticas, etc. (DELEUZE, 1990, p. 156).

Metodologicamente, significa rastrear o que é mostrado (e escondido), dito (e silenciado) em discursos e não discursos, oficiais e não oficiais, procurando desvelar as curvas de visibilidade e enunciação que conformam nosso hiperdispositivo, reconhecendo sua natureza (saber, poder) e seguindo as linhas despontadas em nossa genealogia dos dispositivos esportivo, midiático e jornalístico, a qual será explicada no próximo tópico.

No enunciado maior do Olimpismo, da Carta Olímpica, de seus princípios pacificadores e unificadores, nos documentos públicos da BBC, na metacobertura da imprensa sobre mídias, nas arquiteturas e marcas deixadas nas cidades e nos canais mobilizadores de resistências,

consideramos possível encontrar rastros dos regimes de luz e sombra que conectam historicamente esporte, mídia e jornalismo em regimes de poder-saber.

Linhas de força: Para Deleuze (1999), as linhas de força

vão de um ponto singular a um outro nas linhas precedentes; de certa maneira elas 'retificam' as curvas precedentes, traçam tangentes, envolvem os trajetos de uma linha à outra, operam o vai e vem do ver ao dizer e inversamente, agindo como flechas que não param de entrecruzar as coisas e as palavras, levando adiante a batalha entre elas (DELEUZE, 1999, p. 156).

Linhas se embaraçam em dimensões de poder e composição com o saber, atuam como retificadoras das curvas de visibilidade e dos regimes de enunciação. Como vimos anteriormente, podemos considerar como tal as regras que se impõem para delinear os direitos de imagem nos Jogos Olímpicos, as estratégias de cobertura de um megaevento planejado, os cortes nos orçamentos das coberturas, acordos e alianças de transmissão. Essas linhas atingem espaços dos dispositivos, buscam traçar os caminhos pelos quais as curvas de visibilidade e enunciação irão percorrer, de que maneira poderão manifestar sua existência e promover seus preenchimentos estratégicos de forma a atingir seus objetivos primeiros. Essas linhas se compõem não como causa ou consequência, mas em relação de mútua dependência e articulação recíproca com o poder e o saber. Na medida em que agregam instâncias de saber e de poder, tais linhas são aquelas que mais dizem sobre a criação, a produção e a disposição estratégica relacionadas à configuração da convergência de mídias e de suas relações com o jornalismo contemporâneo. Deleuze (1991) chama a atenção para a necessidade de diferenciar as características do poder (incitar, fazer ver, fazer falar etc.) daquelas relacionadas ao saber (educar, tratar, normalizar, diferenciar). Ambas estão relacionadas, mas não se igualam. A produção do saber remaneja, redistribui e atualiza as relações de poder.

A essas curvas de visibilidade e aos regimes de enunciação acrescentam-se as linhas de força, muitas vezes capazes de levar a uma retificação dos discursos, às mudanças de regras ou até mesmo ao silêncio estratégico. São as dimensões do poder a traçar tangentes, envolver outras linhas, operar idas e vindas entre o ver e o dizer. Essa composição de linhas e interesses nos remete novamente ao nosso universo empírico. Muito embora tenhamos partido da BBC enquanto ponto primeiro, quanto mais nos aproximávamos do novo Olímpico, mais clara se apresentava a conexão discurso/poder/saber a que Foucault se refere em boa parte de sua obra. As visitas que fizemos aos Centros de Estudos Olímpicos, o conhecimento das

engrenagens que regem as relações do Movimento Olímpico e do Comitê Olímpico Internacional com universidades e pesquisadores ao redor do mundo, as personagens que se repetem insistentemente ao longo dos anos na chamada Família Olímpica³⁵, e que serão explicadas nos próximos capítulos desta tese, constituem uma complexa rede de relações, que vimos reverberar na redação da BBC Sport, quando acompanhamos dois dias de cobertura Olímpica, em 2014. Ali estão ícones do chamado Jornalismo Olímpico, discursos de lealdade e compreensão direcionados aos limites impostos pela lógica comercial dos megaeventos, replicação de estratégias deslocadas dos ideais jornalísticos, mesclados ao profissionalismo característico da equipe BBC. Esses elementos não são recentes. Foram constituídos historicamente em um regime de forças capaz de alimentá-los e fazê-los florescer e constituir o universo dos chamados megaeventos e seus rituais e cobertura jornalística.

Linhas de fratura, de ruptura: À maneira das demais, estas são linhas históricas uma vez que “todo dispositivo se define por sua condição de novidade e criatividade” (DELEUZE, 1999, p. 159), por sua capacidade de transformar-se, de romper seus próprios limites. Dessa forma, apresentam-se como linhas produtoras de novas configurações de saber-poder-subjetividade, podendo também acender um dispositivo futuro. Para Foucault, poder e liberdade não se excluem. “O poder se exerce apenas sobre ‘sujeitos livres’ e enquanto são ‘livres’, entendendo por isso sujeitos individuais ou coletivos que têm diante de si um campo de possibilidades no qual podem ter lugar muitas condutas, reações e diversos modos de se comportar.” (FOUCAULT, 1994, p. 237). Para ele, a liberdade só existe de modo agonístico, na luta contra o poder, em provocações permanentes. A luta agonística é necessária aos movimentos de resistência e fuga, porque é a partir dela que são promovidas novas formas de objetivação. Aquelas linhas permitem constantes reconfigurações dos dispositivos.

As linhas estão estreitamente enredadas umas nas outras e desenredá-las em um dispositivo é a atividade de cartografar, desemaranhar, traçar mapas e percorrer terras desconhecidas, chamadas por Foucault de “trabalho em terreno”. Essa cartografia será detalhada no capítulo 4.

³⁵ A Família Olímpica é composta por membros e representantes dos Comitês Nacionais (NOC), Federações Internacionais (IF), Comitês de Organização (OCOG), atletas, técnicos, mídia, patrocinadores e outras partes interessadas que se submetem ao regime de lealdade basilar do universo olímpico.

Curvas de visibilidade, regimes de enunciação; linhas de força, brechas e fissuras constituem esse jogo de estratégias de poder, saber e subjetividade. Ao desvelar esse novo, consideramos possível traçar um caminho para compreender os fluxos e refluxos do processo de convergência e seus reflexos no jornalismo contemporâneo, com ênfase no universo esportivo dos megaeventos. Como propõe Foucault (1999), construir uma “história do presente” sem cairmos na tentação de explicar a complexidade do que acontece nas redações a partir das referências apresentadas como inovadoras e inéditas.

E o que dizer dos tensionamentos que vemos se sobrepor a cada megaevento, fragmentos de informação, fotos, depoimentos, questionamentos disponíveis nos interstícios das redes digitais e transbordamentos de manifestações antes restritos às mídias alternativas e à boa vontade da grande mídia para se fazerem visíveis? Em mais um eixo da dinâmica dos dispositivos, Foucault refere-se às maneiras de extrapolar e evitar a circunscrição e limitação do dispositivo em si mesmo.

Linhas de fuga: Foucault, na visão de Deleuze (1990), propõe as linhas de fuga como um “processo de individuação, que diz respeito a grupos ou pessoas, que escapam tanto às forças estabelecidas como aos saberes constituídos.” Essas linhas seriam elementos de escape, capazes de deixar os saberes e poderes de um determinado dispositivo e “colocar-se sob os poderes e saberes de outro, em outras formas ainda por nascer” (DELEUZE, 1990, p. 156). Em que medida, nos perguntamos, os dispositivos midiáticos proporcionariam canais para esse escape, com denúncias e questionamentos relacionados aos megalucros e megainteresses por detrás dos megaeventos, como aconteceu no Brasil em 2013, na Copa das Confederações e em outros episódios a serem discutidos no próximo capítulo? Até que ponto se conformariam como um domínio autônomo, capaz de prover novos saberes e inspirar novos poderes? Ou, nos dizeres de Agamben, continuaríamos sujeitos ao processo de subjetivação contemporâneo, no qual quanto menos subjetividades se formam a partir das relações entre os indivíduos e destes com os dispositivos contemporâneos, mais dispositivos são criados na busca pela “sujeição do indivíduo às diretrizes do poder” (AGAMBEN, 2009, p. 14)?

Nesse sentido, recorreremos a De Certeau (1994), em relação a outra forma de relação com o poder e a rebelião, na qual os pontos de fuga podem estar relacionados ao “homem comum” e às práticas do dia a dia. Em sua obra *A invenção do cotidiano*, De Certeau se dedica a demonstrar e analisar a apropriação que as pessoas comuns fazem, de forma criativa e às

vezes subversiva, dos produtos na sociedade de massa. Dessa forma, o historiador rejeita o mito do consumidor passivo e considera o consumo como uma forma de produção. No chamado “fundo noturno de atividade social” (DE CERTEAU, 1994, p. 34), De Certeau propõe formas de penetrar nessa obscuridade.

É também nesse autor que vamos buscar as definições de tática e estratégia enquanto comportamento. De Certeau descreve as instituições em geral como “estratégicas” e as pessoas comuns como “táticas”. Uma estratégia, para esse autor, seria uma entidade reconhecida como uma autoridade, que pode ser uma instituição, uma entidade comercial ou mesmo um indivíduo. Uma estratégia se manifesta em lugares de operação (escritórios, quartéis) e também nos seus produtos (leis, linguagens, invenções, discursos) e utiliza investimentos tanto de espaço quanto de tempo. Sua identidade e modo de operar são pré-determinados. Algo que um modelo tático faz com naturalidade - se desestruturar e reagrupar -, as estratégias são incapazes de fazer, já que são relativamente inflexíveis, emaranhadas à sua localização espacial ou institucional. Uma estratégia, ainda segundo De Certeau, tem como objetivo a perpetuação daquilo que produz, vendendo o menor conjunto possível de produtos para o mercado mais amplo possível. Por isso, sua maior preocupação é a produção em massa, a homogeneização do seu público-alvo, como faz a indústria olímpica. Como a ordem e a sistematização propiciam um mercado para seus produtos, a estratégia, além de criar seus produtos, investem na criação da uniformidade e da necessidade. Uma estratégia pode obter retorno de seus usuários por meio de enquetes, grupos focais e estudos de caso, mas não estabelece contato direto com seu público-alvo. O contato com o mundo externo pode vir na forma de publicidade ou propaganda e campanhas de relações públicas.

Já o modelo tático de De Certeau descreve indivíduos ou grupos fragmentados em termos espaciais e que não possuem uma base de operações, mas são capazes de realizar um agrupamento de forma ágil para responder a necessidades emergentes. Portanto, a necessidade faz a tática surgir no mundo, enquanto uma estratégia vê necessidades como coisas que talvez tenham que ser criadas após o produto. Sem recursos dedicados, a tática consegue ser ágil e flexível, comparando-se à estratégia. A tática está baseada na improvisação e depende de uma economia de presentes (*gift economy*) e da exploração de furos no sistema (*loopholes*). Uma tática infiltra, mas não tenta dominar, não faz nenhum movimento de enfrentar a estratégia de frente; ela tenta preencher suas necessidades

enquanto se esconde atrás de uma aparência de conformidade. A tática se manifesta não em seus produtos, mas na sua metodologia; pode ser executada por um indivíduo ou um grupo temporário que não dura o suficiente para precisar de um nome. Para De Certeau, as ciências sociais, ou a ciência em geral, não podem ter a esperança de mapear ou catalogar a atividade tática, mas pode ao menos tentar tornar possível a sua discussão formal.

A intervenção de De Certeau neste momento nos parece relevante para pensarmos as pequenas rebeliões diárias que acontecem nas redações e nas relações das pessoas com as mídias e com as Olimpíadas e que têm desnordeado seu comportamento antes roteirizado e assertivo. O historiador francês não se propõe a reduzir a sociedade às suas práticas cotidianas. Para ele, as práticas do dia a dia estão associadas a outros modos de funcionamento da sociedade, o que nos leva a compreendê-los em suas relações com nossos dispositivos de poder. Dessa forma, parece-nos possível apreender com mais precisão os processos centrados em ações participativas, princípio primeiro na cultura da convergência de Jenkins. Também nos permite analisar os comentários da audiência e dos leitores relativos ao nosso objeto de análise, sem precisarmos nos ater às suas consequências de longo prazo, como demandam as propostas de fissuras, fraturas e brechas colocadas por Foucault. Afinal, as maneiras como as pessoas hoje se comportam frente às múltiplas telas e suas possibilidades interativas constituem-se em novas formas de ver televisão, conseqüentemente, de assistir aos Jogos Olímpicos e se relacionar com os jornalistas. Isso nos interessa sobremaneira, ainda que não se constitua em discurso organizado.

Como se vê, não há certezas e universalidades na filosofia dos dispositivos. De igual modo, não nos cabe encontrar um comportamento comum entre as instituições midiáticas enredadas nesse hiperdispositivo que nos propomos a desvelar. O fato de possuir a etiqueta de Família Olímpica não coloca NBC e BBC nas mesmas coordenadas. Trata-se de “processos singulares, de unificação, de totalização, de verificação, de objetivação, de subjetivação, imanentes de cada dispositivo.” (DELEUZE, 1990, p. 159).

Mas como descobrir, em um dispositivo, sua história e sua atualidade? A história, segundo Deleuze (1990, p. 160), é a “configuração do que somos e deixamos de ser, enquanto o atual é o esboço daquilo que vamos nos tornando”. Com qual método desvelar as linhas de estratificação/sedimentação e as linhas de atualização/criatividade dos nossos dispositivos acoplados? É o próprio Foucault, baseado em Nietzsche, quem nos aponta o caminho ao

propor uma maneira diferenciada de interrogar e buscar o enunciável e o visível, as formações discursivas e não discursivas, as formas da expressão e do conteúdo. Essa relação seria explicitada por meio de uma análise histórica, que na obra de Foucault se encontra descrita nos métodos arqueológico e genealógico.

1.3 GENEALOGIA COMO MÉTODO DE DESVELAMENTO DE DISPOSITIVOS

Abordado por Nietzsche³⁶ em 1887, e revisitado por Foucault (1999), o método genealógico fornece pistas e caminhos importantes na nossa proposta de construção de um hiperdispositivo para leitura do processo de convergência de mídias ao considerar sentidos, valores e crenças culturalmente compartilhados como produção histórico-cultural. A genealogia busca conhecer historicamente o processo de construção dos saberes-poderes, tomando-os como elementos de um dispositivo de natureza essencialmente estratégica, como expusemos anteriormente. Consiste em esquadrihar os fatores que interferem na emergência, permanência e adequação de um dispositivo. “Trata-se, no fundo, de apresentar uma crítica de nosso tempo, fundamentada em análises retrospectivas.” (FOUCAULT, 2003, p. 13). No nosso caso, refere-se a compreender historicamente a construção dos discursos e dos não discursos e das relações de saber-poder que constituem os dispositivos esportivo, midiático e jornalístico a partir de suas bases, extremidades, colocando em suspensão os saberes instituídos, mas sem descartá-los. Relaciona-se também a revelar esses discursos e saberes como constituintes do próprio dispositivo, por meio da exploração dos elementos que o compõem, constituindo nossa proposta de desvelamento do processo de convergência de mídias.

O projeto de uma genealogia do poder surgiu no pensamento de Foucault a partir da década de 1970, complementando a proposta anterior de uma arqueologia do saber. Embora alguns autores (MENDES, 2011) considerem diferentes períodos de sua obra, nos quais estariam diferenciadas as fases arqueológica, genealógica e ética, Oksala (2007) pondera sobre a importância de tratá-las “como um modelo heurístico ou pedagógico e não como uma divisão

³⁶ No ensaio "Nietzsche, genealogia, História", Foucault apresenta três termos de Nietzsche: *Ursprung* [origem], *Herkunft* [descida] e *Entstehung*, que designa a emergência, o momento de surgir. Foucault utiliza os três termos para desestabilizar as abordagens tradicionais da história.

estrita” (OKSALA, 2007, p. 10). O que caracterizaria cada uma das fases seria a introdução de um novo eixo de análise complementar.

Por arqueologia do saber, Foucault (2006) entendia “o balizamento e a descrição dos tipos de discurso” (FOUCAULT, 2006, p. 49), isto é, o “termo ‘arqueologia’ remete, ao tipo de pesquisa que se dedica a extrair os acontecimentos discursivos como se eles estivessem registrados em um arquivo.” (FOUCAULT, 2006, p. 257).

A arqueologia procura compreender os discursos e sua formação histórica em determinados campos de saber. O discurso, dentro da arqueologia, possui uma ordem, uma normatividade – a ordem do discurso –, que ultrapassa as categorias linguísticas e normativas da língua. Essa ordem ou norma tem inserção histórica ou social. É por meio deste mecanismo que o autor, analisa, por exemplo, os discursos sobre a loucura e a medicina.

Porém, como alerta Machado (1999), “não se [...] trata de um método cujos princípios básicos possibilitarão, pela aplicação a diferentes objetos de pesquisa, uma série de análises empíricas” (MACHADO, 1999, p. 51), já que está em constante variação de seus princípios, redefinição de seus objetivos e mudanças no sistema de argumentação.

Mais adiante em sua obra, o que passa a interessar a Foucault é o poder enquanto elemento capaz de explicar como se produzem os saberes e como nos constituímos nesta articulação. O que muda em Foucault, segundo Machado (1999), é a resolução de estudar os saberes de diferentes épocas, sem se limitar a nenhuma disciplina. Deixa-se de “considerar a história de uma ciência como o desenvolvimento linear e contínuo a partir de origens que se perdem no tempo e são alimentadas pela interminável busca de precursores.” (MACHADO, 1999, p. 7). O objetivo da análise passa a ser o de estabelecer “relações entre os saberes para que dessas relações surjam, em uma mesma época ou em épocas diferentes, compatibilidades e incompatibilidades que não sancionam ou invalidam, mas estabelecem regularidades, permitem individualizar formações discursivas.” (MACHADO, 1999, p. 7-8).

Outra opção metodológica foi a de procurar articular “saberes e práticas, a outras instâncias sociais, como a política, a família, a Igreja, a Justiça, generalizando a análise até as causas econômicas e sociais das modificações institucionais” (MACHADO, 1999, p. 8). Assim, procura-se compreender os mecanismos e estratégias de um dispositivo.

Foucault passa a articular, em sua obra, saberes e discursos para explicar o porquê desses saberes. A essa análise, que pretende explicar sua existência e suas transformações enquanto peças das relações de poder e dos dispositivos, o autor chamará, segundo Machado (1999), de genealogia.

Uma das principais propostas do que seria uma analítica das relações de poder em perspectiva genealógica é o deslocamento de um centro (Estado) para as extremidades, a rede de micropoderes articulados que atravessam toda a estrutura social.

Trata-se [...] de captar o poder em suas extremidades, lá onde ele se torna capilar; captar o poder nas suas formas e instituições mais regionais e locais, principalmente no ponto em que, ultrapassando as regras de direito que o organizam e delimitam, ele se prolonga, penetra em instituições, corporifica-se em técnicas e se mune de instrumentos de intervenção material, eventualmente violentos (FOUCAULT, 1979, p. 182).

Foucault compreende a genealogia como uma atividade de investigação trabalhosa. Como tal, procura os indícios nos fatos desconsiderados, desvalorizados e mesmo apagados pelos procedimentos de uma história que se limita a confirmar hipóteses. Trata-se de “buscar a singularidade dos acontecimentos, [...] os sentimentos, o amor, a consciência, os instintos” (FOUCAULT, 2000, p. 260), de ativar os saberes locais, não legitimados ou valorizados pelo discurso dito verdadeiro, ordenador, hierarquizador, classificatório e depurador dos diversos saberes, em nome dos direitos de uma ciência reservada a alguns. No nosso caso, refere-se ao reconhecimento de extradiscursos onde reinam os discursos institucionalizados, organizados, catalogados regularmente em relatórios e pesquisas oficiais.

Durante as primeiras palestras de 1976, Foucault adverte repetidamente contra o risco de que o conhecimento torna-se conquistado, inscrito e re-utilizado por uma "instituição centralizadora" - o Estado, a instituição científica ou o partido. O genealogista deve estar constantemente atento ao risco de uma tal anexação e deve resistir ao poder dos efeitos centralizadores que estão vinculados com a institucionalização e funcionamento de qualquer discurso científico (KARLSEN; VILLADSEN, 2014, p. 17, tradução nossa).³⁷

³⁷ Throughout the first of the 1976 lectures, Foucault repeatedly warns against the risk that knowledge becomes conquered, enrolled and re-utilized by a "centralizing institution"—the state, the scientific institution, or the party. The genealogist must constantly be attentive to the risk of such an annexation and must resist the centralizing power-effects that are bound up with the institutionalization of and workings of any scientific discourse.

Para Foucault, os poderes não estão localizados em nenhum ponto específico da estrutura social. “Funcionam como uma rede de dispositivos ou mecanismos a que nada ou ninguém escapa, a que não existe exterior possível.” (MACHADO, 1999, p. 17). Neste sentido, podemos afirmar que não há um processo de convergência de mídias imposto às pessoas, a partir de um poder centralizado, ou empresas disseminadoras de estratégias previamente construídas. As redes de relações são constituídas e se constroem a partir dos elementos que as compõem; de igual modo, as pessoas constroem e são construídas nas redes. Em 2008, a Nielsen Media Research realizou estudo encomendado pelo Comitê Olímpico Internacional no qual concluiu que 4,7 bilhões de pessoas teriam assistido em algum momento aos Jogos Olímpicos de Pequim, numa população total de 6,5 bilhões. Embora esses números e pesquisas sejam sempre questionáveis, trata-se de um universo significativo. É esse interesse concreto das pessoas pelo espetáculo olímpico que constitui o espetáculo. Sem público, não há *show*, sem *show*, não há público. Essa rede envolve o evento, as mídias e o jornalismo, bem como os jornalistas; jornalismo e mídias conformam o evento e por ele são constituídos.

Porém, essas relações não se estabelecem sem conflitos. O que daria forma às coisas, segundo Foucault (1999), seria a discórdia e não uma identidade baseada na origem lisa de uma historicidade contínua, como fazem crer certos registros oficiais. A genealogia escuta e entrevista a história, atenta-se a seus acasos e discontinuidades e considera uma possível essência das coisas como uma construção social descontínua. Assim, a genealogia seria o estudo, por meio da compreensão das relações, das formas de poder também “[...] na sua multiplicidade, nas suas diferenças, na sua especificidade, na sua reversibilidade: estudá-las, portanto, como relações de força que se entrecruzam, que remetem umas às outras, convergem ou, ao contrário se opõem [...]” (FOUCAULT, 1997, p. 71).

O que Foucault quer mostrar é que não existem sociedades livres de relações de poder e que os indivíduos são resultado imediato dessas relações. Caberia ao genealogista revelar que

sob a fachada formal do Estado, havia outras forças que não precisamente as forças do Estado, mas as forças de um grupo em particular com a sua própria história, a sua própria relação com o passado, suas próprias vitórias, o seu próprio sangue, e sua próprias relações de dominação (FOUCAULT, 2005, p. 152).

Esta é a proposta da genealogia das relações de poder. Pouco nos referimos à arqueologia dos saberes, por significar, como já foi dito, um momento anterior da obra do filósofo quando

propõe um método detalhado de análise discursiva, como caminho para apreensão “do jogo das discontinuidades na história dos discursos.” (FOUCAULT, 1968/1972, p. 67). Nas obras seguintes, *Vigiar e punir* (1975) e *História da sexualidade I: A vontade de saber* (1976), Foucault direciona seus estudos para os dispositivos e a genealogia, em busca das relações entre discursos, saber e poder. Autores como Dreyfus e Rabinow (1995) chegam a decretar o “fracasso” do projeto da Arqueologia, baseados em dois argumentos: “em primeiro lugar, o poder causal atribuído às regras que governam os sistemas discursivos é ininteligível e torna incompreensível o tipo de influência que as instituições sociais têm” (DREYFUS; RABINOW, 1995, p. XXI). Além disso, “na medida em que ele considera a arqueologia como um fim em si mesmo, ele exclui a possibilidade de apresentar suas análises críticas em relação às suas preocupações sociais.” (DREYFUS; RABINOW, 1995, p. XXI).

Em nosso trabalho, consideramos a genealogia das relações de saber-poder como agregação das duas propostas. Seguimos os passos de Foucault na identificação das condições de imposição das regras discursivas de tal forma a levarem os sujeitos a se sentirem representados. Trata-se de fazer a história dos sujeitos em relação aos jogos de verdade que constituem os saberes estabelecidos, negando as universalidades. Trata-se, por exemplo, de compreender historicamente a relação dos sujeitos, das mídias e do jornalismo com os discursos universais dos valores olímpicos. De analisar saberes contraditórios e as táticas de recomposição de verdades nestes discursos. Incorporamos a proposta de colocar em suspensão obras e autores que escrevem uma história contínua, que buscam origens e ignoram tropeços, ou que procuram nos discursos uma construção lisa, encadeada de conhecimentos. Tal como Foucault, não estamos em busca de saberes globalizantes, mas de singularidades e particularidades. Por meio de recortes e perspectivas bastante específicas, procuramos mostrar a possibilidade de se compreender a convergência de mídias como um feixe de relações fluidas, apreendidas enquanto uma das leituras válidas e não como a única e permanente verdade universal.

A genealogia das relações de saber-poder suscita também outra relação com o tempo, com a história, diferente do pensamento da origem, que postula a existência de marcos iniciais, uma sequência linear que avança, progride e evolui. Não se trata, dessa forma, de buscar o que estaria por trás destes discursos evolutivos da mídia, mas de “identificar como se exercem e de que maneira se processam seus mecanismos, que se cristalizam em nossas crenças, corpos

e modos de vida.” (FERRAZ, 2013, p. 167). Dessa forma, aderindo à sugestão de Foucault, colocaremos esses discursos em estado de suspeição, submetendo-os a uma análise mais “perspicaz e curiosa”.

Nos próximos capítulos, buscaremos compreender nossos três dispositivos, encadeados entre si, a partir dessas premissas. O dispositivo esportivo compõe nosso estudo como um amálgama na composição das relações entre mídias e jornalismo. Por meio dos esportes, particularmente de megaeventos como as Olimpíadas, o discurso da convergência de mídias tem-se revelado em seus mais diversos ângulos. Sua periodicidade nos permite pensar historicamente essas relações enquanto construções estratégicas e como se utilizam dessa regularidade em seus discursos de visibilidade e inovação.

A partir da genealogia do dispositivo esportivo e do megaevento Jogos Olímpicos de Verão, buscaremos resgatar as marcas que compõem historicamente as linhas de força, tensionamentos e possíveis fraturas nesse polêmico dispositivo, enfocando principalmente suas relações com o processo de convergência de mídias em seus aspectos comerciais, sociais e políticos relevantes para compreendermos as relações entre Olimpíadas e jornalismo.

Nosso olhar sobre as mídias enredadas se dará a partir da televisão enquanto dispositivo. Para isso, necessitamos desvelá-la genealogicamente, apreender suas curvas de visibilidade, aquilo que dela se diz, os tensionamentos a que esteve sujeita historicamente, como a eles respondeu e como se constitui em regime de convergência com as demais mídias.

1.4 O DISPOSITIVO TELEVISIVO

O processo de convergência de mídias tem sido analisado com mais frequência a partir da indústria cinematográfica e do entretenimento (JENKINS, 2006, 2008, 2014). Em relação aos textos televisivos, Kackman *et al.* (2011) apostam na conexão entre “fluxo” e “convergência” para explicar as formas como “transbordam em websites interativos” em uma “miríade de plataformas e redes”, constituindo-se como “conglomerados multimídia.” (KACKMAN *et al.*, 2011, p. 1).

Mas se considerarmos que a televisão já nasceu em contexto de mídias múltiplas, construindo-se nas relações com a fotografia, o cinema, o rádio e o impresso, contribuindo inclusive para remodelar essas mídias, seria a noção de conglomerado suficiente para pensar

o regime convergente contemporâneo e suas articulações com o processo de digitalização e a internet? Conglomerados, no nosso modo de ver, explicariam o movimento de avanço do sistema capitalista no século XX, em que o acesso aos meios de produção e distribuição de informação teria se estabelecido nas mãos dos proprietários de mídias, formando grandes grupos de comunicação em regimes verticalizados. Ainda que esses grupos continuem se fortalecendo, fazem-no agora em outro regime de conexões, tensionados por um contexto sociocomunicacional horizontal característico da cultura da convergência (JENKINS, 2006), conforme defendem Alzamora e Rodrigues (2014).

O próprio conceito de “fluxo” aplicado ao universo da TV advém dos estudos de Williams (1974), em um tempo no qual prevalecia o oligopólio entre três grandes redes estadunidenses, o videocassete era uma tecnologia emergente, cabo não era voga e a internet estava restrita ao universo acadêmico e militar. (KACKMAN *et al.*, 2011).

No entanto, o conceito de fluxo de Williams sempre foi mais do que apenas a programação da televisão. Para entender televisão de acordo com Williams, é preciso colocá-la firmemente dentro de seu contexto histórico e lê-la - os seus textos, seus usos, suas formas - juntamente com as necessidades e valores da cultura em que se insere. O fluxo não é inerente ao meio de televisão, mas sim reflete uma "institucionalização cultural" específica (KACKMAN *et al.*, 2011, p. 1-2, tradução nossa).³⁸

Para Williams (citado por KACKMAN *et al.*, 2011), falar apenas de um programa específico ou de uma rede de televisão sem relacioná-los a um contexto mais amplo seria como “perder a floresta para as árvores”.

O que levamos de Williams é a insistência em não considerar textos midiáticos em isolamento, como totalidades textuais, mas sim considerar as maneiras pelas quais os textos encostam-se em outros textos, instituições, tecnologias e práticas. Televisão se espalha; é nosso trabalho explicar por que, como e com que efeito (KACKMAN *et al.*, 2011, p. 2, tradução nossa).³⁹

³⁸ Yet, William’s concept of flow always has been about more than just television programming. To understand television according to Williams, was to place it firmly within its historical context and read it – its texts, its uses, its forms – alongside the needs and values of the culture in which it operates. Flow does not inhere to the medium of television, but rather reflects a particular “institutionalization of culture”.

³⁹ What we take from Williams is an insistence that we not consider media texts in isolation as textual wholes, but rather consider the ways in which texts brush up against other texts, institutions, technologies and practices. Television sprawls; it is our job to explain why, how and to what effect.

Concordamos com esses autores sobre a importância de se ampliar a visão de fluxo de Williams, ler a televisão em seu contexto histórico e expandido. Todavia, vamos além: defendemos o imperativo de compreender relações entre as diversas mídias e o seu posicionamento em espaços e tempos diferenciados, assim como as expectativas econômicas e sociais a ela relacionadas. Também estabelecemos a compreensão dos saberes construídos sobre e com base nessas estratégias e o papel das chamadas mídias tradicionais na contemporaneidade. Dessa maneira, estaremos considerando a televisão também na perspectiva foucaultiana de um dispositivo discursivo de saber-poder.

Conforme defende Klein (2007), as mídias não podem ser explicadas apenas a partir das tecnologias, dos sujeitos envolvidos ou das linguagens. O conceito de dispositivo, defende ele, “consegue abarcar melhor a sua totalidade e complexidade” por meio da análise “das diferentes relações que se estabelecem entre as diversas dimensões em jogo” (KLEIN, 2007, p. 218).

Pensar a televisão enquanto dispositivo midiático (MACHADO, 2005; KLEIN, 2007) permite-nos observá-la e compreendê-la em perspectiva multidimensional, sem a reduzirmos a seus aspectos tecnológicos ou sociais. Possibilita também apreender seus discursos para além da linguagem, englobando suas relações com a sociedade que a constitui, como acontece de forma recorrente na BBC, com seus vários canais de relacionamento, incluindo a participação dos diretores da emissora nas redes sociais, com predominância do Twitter⁴⁰, ainda que possamos questionar certa seletividade nesse relacionamento, ao observarmos padrões de resposta ou o desconhecimento de perguntas publicadas em blogues de seus diversos atores, como veremos nesta tese.

Klein (2007, p. 221) recorre a Bourdieu (1997) e sua análise da “televisão como um subcampo do campo⁴¹ jornalístico”, no qual estão implicadas múltiplas dimensões que atuam no jogo

⁴⁰ Este foi, inclusive, um canal relevante nos nossos contatos com os jornalistas da emissora, para solicitar entrevistas e agendar nosso período de observação na redação. Sem intermediários, fomos respondidos diretamente pela diretora da BBC Sport, Barbara Slater.

⁴¹ Um campo, para esse autor, “é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em consequência, suas estratégias” (BOURDIEU, 1997, p. 57).

mediático. Desta forma, defendem esses autores, a televisão não poderia ser explicada apenas por fatores econômicos.

O sociólogo francês procura compreender a televisão em suas relações com outros discursos e dissecar seus mecanismos de sustentação. Refere-se particularmente à importância da TV nas diversas lutas que perpassam a sociedade. Para ele, “os que ainda acreditam que basta se manifestar sem se ocupar da televisão correm o risco de errar o tiro: é preciso cada vez mais produzir manifestações para a televisão, isto é, manifestações que sejam de natureza a interessar às pessoas de televisão” (BOURDIEU, 1997, p. 29-30), como temos visto no entorno olímpico, não apenas em termos do evento em si, mas das manifestações contrárias à suas interferências nas cidades e na vida das pessoas. Refere-se também à relativa autonomia da televisão em relação ao Estado que, para ele, “se mede sem dúvida pela parcela de suas receitas que provém da publicidade e da ajuda do Estado (sob a forma de publicidade ou de subvenção) e também pelo grau de concentração dos anunciantes” (BOURDIEU, 1997, p. 102-103). No caso da BBC, podemos pensar nas interferências da “taxa de televisão” (television licence)⁴² e nos tensionamentos provocados pelas normas restritivas que impedem a emissora, por exemplo, de mostrar as marcas parceiras do programa de patrocínio olímpico, caso do episódio envolvendo a empresa Down Chemical, abordada no capítulo 4. Ainda no Reino Unido, Emissoras de rádio e TV são reguladas pelo Ofcom, cujas atribuições incluem garantir a pluralidade da programação de TV e rádios, a proteção do público contra a exposição a material ofensivo, além de garantir às pessoas tratamento justo e direito à privacidade, o que nem sempre ocorre na Inglaterra, onde testemunhamos o desvelamento de uma das mais sórdidas redes de espionagem jornalística no chamado Leveson Inquiry⁴³. Entre 2011 e 2012 amplo inquérito investigou práticas culturais e éticas da imprensa britânica, após o escândalo internacional de utilização de grampos telefônicos para interceptação de conversas por parte do jornal *News of the World* e outras publicações do News International, subsidiário da News Corporation, de propriedade do empresário Robert Murdoch. O relatório final desse inquérito detonou amplo debate sobre a liberdade e o controle da imprensa no Reino Unido, que segue até os dias atuais.⁴⁴

⁴² Taxa anual compulsória para receber o sinal aberto de televisão no Reino Unido, principal forma de financiamento das operações da emissora.

⁴³ Para informações detalhadas, cf. <<http://www.levesoninquiry.org.uk/>>.

⁴⁴ Cf. <<http://www.theguardian.com/media/leveson-inquiry>>.

Bourdieu (1997) trata ainda do poder simbólico e da violência simbólica aplicados à televisão. Para ele, a violência simbólica é exercida “com a cumplicidade tácita dos que a sofrem e também, com frequência, dos que a exercem, na medida em que uns e outros são inconscientes de exercê-la ou de sofrê-la” (1997, p. 22). Por violência simbólica, Bourdieu compreende as formas de coação que se apoiam no reconhecimento de uma imposição econômica, social ou simbólica. Essa violência, em seu entendimento, se funda na fabricação sucessiva de crenças no processo de socialização que induziriam indivíduos a se posicionarem no espaço social, seguindo critérios e padrões do discurso dominante. A violência simbólica estaria expressa no reconhecimento da legitimidade desse discurso dominante e poderia ser reconhecida como um dos meios de exercícios desse tipo de poder, algo recorrente nas imposições simbólicas das estratégias de visibilidade olímpica, reforçadas exaustivamente pela mídia, particularmente pela BBC e NBC, em suas estratégias multitelas de proliferação imagética. Em 2012, foi praticamente impossível aos moradores refugiar-se da violência simbólica expressa nas ruas, nos bairros, na televisão, no rádio, no transporte público, em patrimônios históricos de Londres e até em produtos no supermercado. O patrimônio simbólico é a expressão máxima do poder olímpico na contemporaneidade, tensionado pelo processo de convergência de mídias.

Em sua pequena, mas polêmica obra “Sobre a televisão”, Bourdieu destaca também a importância de se aprofundar o conhecimento sobre a televisão, pois se tem a impressão “de que os agentes sociais, tendo as aparências da importância, da liberdade, da autonomia, e mesmo por vezes uma aura extraordinária (basta ler os jornais de televisão), são marionetes de uma necessidade que é preciso descrever, de uma estrutura que é preciso tornar manifesta e trazer à luz” (1997, p. 54). Reféns em regime de lealdade, diríamos, de um megadispositivo olímpico.

Jost (2010) considera reducionista a visão de Bourdieu (1997) ao tomar como referência de televisão apenas parte de sua programação. Critica ainda outros estudos com base na decomposição de imagens e som, baseados no referencial cinematográfico, quando a televisão estaria também próxima da codificação radiofônica.

Para esse autor, refletir sobre televisão é, antes de tudo, considerar seu contexto e o lugar ocupado pelo público, as promessas feitas a ele. O contexto televisivo seria diferenciado, em termos de linguagem, pela difusão de imagens e sons ao vivo, ao colocar “o mundo na mão

do telespectador” (JOST, 2010, p. 46). Essa “tactilidade do ao vivo”, defende ele, incide fortemente sobre os programas e sobre a relação com os telespectadores, em *status* de intimidade. O que dizer então da multiplicidade de telas olímpicas colocadas nas mãos, nos colos, nos bolsos dos telespectadores, para serem tocadas, manipuladas, deslocadas para ambientes e contextos os mais diversos?

Duarte (2008) reforça em Jost aquilo que chama “tonalização do discurso”, um “dispositivo sintático-semântico” que diz respeito à conferência de um tom ou “combinatória tonal ao discurso enunciado, ou seja, de um ponto de vista a partir do qual sua narrativa quer ser reconhecida.” (DUARTE, 2008, p. 3). Esse processo de tonalização do discurso, segundo essa autora, “embora seja uma decisão estratégica da instância da enunciação, atualiza a presença dos enunciatários na medida em que essa deliberação se refere aos traços indicadores do tipo e forma de interação que um produto televisual pretende manter com seus interlocutores.” Por sua vez, Jost (2010, p. 54) ressalta: “Nada garante que essas intenções de comunicação aconteçam sempre da mesma forma”, já que cada vez mais os responsáveis pelas emissoras intervêm nas outras mídias com posicionamentos sobre o “sentido que deve ser conferido aos programas”. Sendo assim, podemos pensar em diferentes contratos de enunciação na medida em que o dispositivo televisivo se acopla a outros dispositivos e é por eles provocado a instalar novas tonalidades discursivas, como parece ter ocorrido na cobertura da BBC em 2012.

A identidade das emissoras também deve ser analisada, segundo Jost (2010), na medida em que, historicamente, conforma novos posicionamentos como o ocorrido na década de 1970, período em que as empresas de televisão teriam passado de “instituição” a “marca”. Para compreender esse fenômeno e a profundidade de suas implicações, ele sugere:

Recordar os caracteres constitutivos da marca: o nome, condição necessária para que ela se identifique com uma pessoa ou personagem; uma identidade, que se constrói ao mesmo tempo por traços visuais e sonoros; sua carta gráfica; e, enfim, um campo de domínio, que confere determinados atributos ao discurso da marca (por exemplo, a eficácia, a juventude etc) (JOST, 2010, p. 51).

No universo olímpico em que as marcas, como vimos, se colocam em regime de poder simbólico (BOURDIEU, 1997), podemos encontrar uma relação simbiótica a conectar dispositivos, no qual os cinco anéis, símbolo máximo do Olimpismo, são incorporados às marcas das empresas parceiras, caso da BBC, como se lhes fosse atribuída uma licença

provisória de reconformação de suas tonalidades discursivas enquanto assim estiver vestida. Uma potencialização de marcas a conformar, talvez uma hipermarca já que os símbolos olímpicos carregam consigo tantas outras marcas a eles conectadas em regime de lealdade, em caráter familiar, como veremos no capítulo 2.

Outro referencial sobre a identidade de uma emissora é a sua programação, já que a arte de programar não seria um “procedimento neutro” (JOST, 2010, p. 52). Pensando em relação à multiplicação de telas enquanto fenômeno contemporâneo, consideramos relevante considerar as estratégias para preenchimento de uma programação cada vez mais tátil (vide as telas dos celulares e *tablets*), ubíqua e temporalmente estendida, adicionando camadas à identidade televisiva, “sendo cada vez mais difícil saber a qual desses meios de comunicação deve-se reservar o nome de televisão” (JOST, 2010, p. 56)

Para evitar que essas intenções da programação escapem ao público, Jost se refere ao uso de *trailers*, publicidade e à autopromoção. Aqui faz-se necessário considerar a multiplicidade de oportunidades enunciativas que as emissoras parceiras do Olimpismo encontram para se fazerem ver, inclusive com a publicização de suas estratégias de cobertura, as quais se empenha em autopromover nos sete anos que antecedem o evento em si. Diretores da BBC iniciaram seus blogues “reveladores” três anos antes das Olimpíadas, em 2009. Por outro lado, deve-se também considerar as camadas adensadas dessa publicização excessiva, com o advento das conexões em redes sociais. O Twitter, por exemplo, foi outra ampla ferramenta utilizada pelos diretores da emissora para “discutir” os planejamentos de cobertura e “prestar contas” aos telespectadores, mas em vários momentos, assim como os comentários nos blogues, se conformaram como linhas de fuga a tensionar com suas críticas os investimentos da emissora nessa megacobertura influenciando, certamente, nos rumos desse projeto em que as curvas de visibilidade se encontram em sua máxima potência.

Como vimos, enquanto dispositivo, a TV encontra-se hoje atravessada por linhas de tensão as mais diversas, talvez a mais potente delas relacionada ao universo digital, a internet e as mídias móveis, com conseqüente queda na audiência tradicional, ainda que não possamos ignorar o fato de a televisão permanecer como a mídia referencial de boa parte da população

do planeta⁴⁵. Em um dos mercados mais competitivos do mundo, no qual predomina expressiva tendência multitelas, pesquisa da Ipsos Open Thinking Exchange mostrou que a maioria das pessoas (81%) ainda assiste televisão ao vivo, seguindo a programação das emissoras. No Reino Unido, a taxa é de 75,3%, embora outros 10% também estejam relacionados ao conteúdo gerado pela televisão, conforme mostra o Gráfico 2.

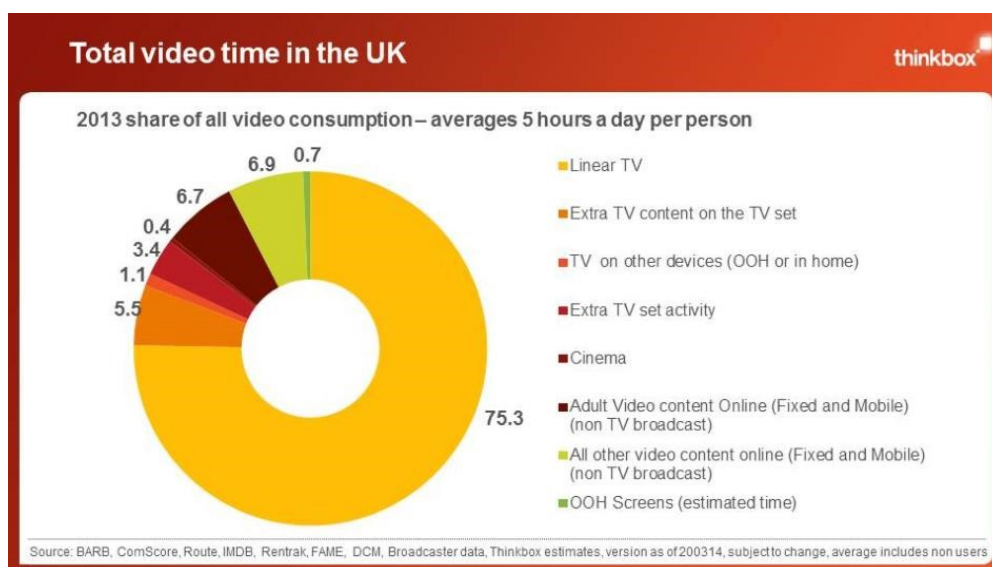


Gráfico 2: Consumo de vídeo nas diversas mídias no Reino Unido em 2013.

Fonte: ThinkBox.

Quando se trata de megaeventos esportivos como as Olimpíadas, os números são ainda maiores. (Figura 2) A transmissão das Olimpíadas de Londres pela NBC americana⁴⁶ e as transmissões da BBC⁴⁷ foram os eventos mais assistidos na história desses países. As múltiplas plataformas foram utilizadas estrategicamente para agigantar o volume de vídeos disponibilizados em acesso ao vivo ou gravado, contribuindo para um deslocamento nos regimes de visibilidade, territorialidade e temporalidade televisivas, ao mesmo tempo em que

⁴⁵ Segundo pesquisa Ipsos, 86% da audiência assiste à televisão ao vivo, embora as outras telas também estejam se popularizando: computadores (27%), gravadores de vídeo (16%) e móvel (11%). Disponível em: <<http://www.broadbandtvnews.com/2014/04/18/ipsos-live-tv-still-king-for-content/>>. Acesso em: 29 mar. 2015.

⁴⁶ Cf. <<http://tvbythenumbers.zap2it.com/2012/08/13/london-olympics-on-nbc-is-most-watched-television-event-in-u-s-history/144780/>>.

⁴⁷ Pesquisa The London 2012 Games: media consumption, realizada pelo Office of Communications (Ofcom), em dezembro de 2012, registrou aumento na diversidade de formas de acesso à informação por parte dos consumidores. Cresceu consideravelmente o mercado dos chamados *smart devices* e a participação por meio dos *sites* de redes sociais com presença das grandes emissoras nesse cenário. Entretanto, segundo o relatório, o papel principal na cobertura ainda coube às tradicionais transmissões por televisão, por sua qualidade e conveniência. Os meios digitais funcionaram como extensão da TV, por possibilitarem acesso a qualquer hora, em qualquer lugar.

se promovia um apagamento da vertente participativa da audiência, dentro das políticas restritivas do IOC, como veremos.

Number of Olympic Games TV viewers worldwide from 2002 to 2014 (in billions)

The graph presents the number of Olympic Games TV viewers worldwide from 2002 to 2012 as well as a forecast for 2014. The 2010 Winter Games in Vancouver, Canada, were watched by 3.5 billion people worldwide.

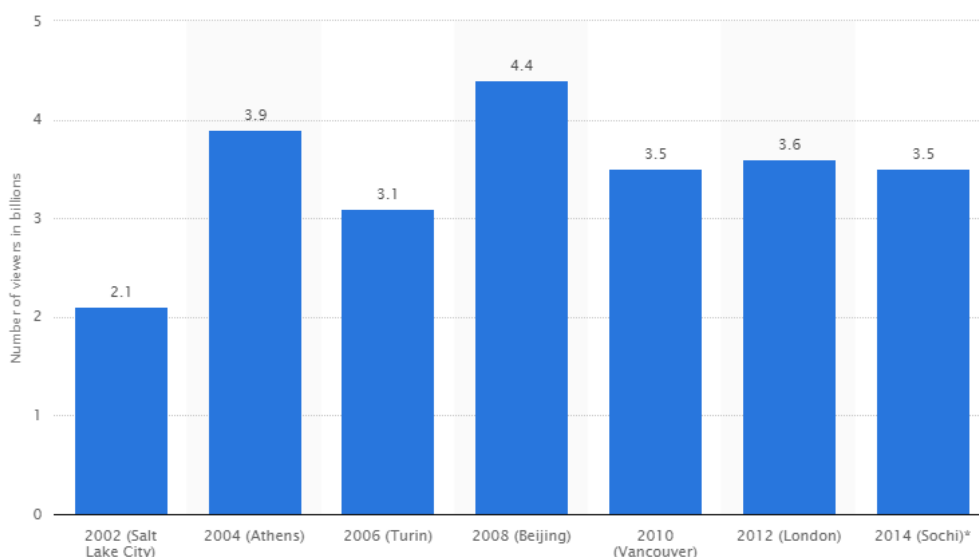


Figura 2: Audiência dos Jogos Olímpicos em todo o mundo, de 2002 a 2014.

Fonte: Statista 2015, com dados do IOC.

A genealogia da televisão nos revela um dispositivo pródigo na promoção de preenchimentos estratégicos (FOUCAULT, 1979) já que desde sempre esteve envolta em disputas de poder e se encontra agora como foco de saberes que precocemente discutem seu fim. (PISCITELLI, 1995; SILVA, 2000). No capítulo 2, veremos como se deu o jogo de saberes e poderes nas suas relações com o dispositivo esportivo, midiático e jornalístico. Antes, precisamos conhecer um pouco mais de sua genealogia, para compreender o contexto histórico-relacional em que se conformou.

Foi há apenas 89 anos que jornalistas londrinos se reuniram no bairro de Soho, em Londres, para assistir a um “desalinhado homem de óculos chamado John Baird” apresentar “uma máquina rudimentar, feita de arame e madeira, montada sobre um velho carrinho de chá e um farol de bicicleta” (WU, 2012, p. 166). O jornal londrino *The Times* (Figura 3) relatou:

A imagem transmitida era desmaiada e quase sempre borrada, mas dava margem a um argumento que por meio do “televisor”, como o Sr. Baird nomeou seu aparelho, é possível transmitir e reproduzir instantaneamente os detalhes de movimentos e coisas tais como o jogo de expressões no rosto. [...] Resta saber até que ponto novos desenvolvimentos levarão o sistema de Mr. Baird a um uso prático (THE TIMES, 1926, p. 9, tradução nossa).⁴⁸



Figura 3: The Times notícia primeira apresentação pública da televisão de Baird.
Fonte: The Times, 1926.

Como outras invenções, também a televisão foi resultado de pesquisas concomitantes e muitas disputas políticas, principalmente nos Estados Unidos e na Inglaterra, onde tiveram recepções e usos sociais diferenciados. No mercado americano, a indústria se desenvolveu rapidamente, mas também esteve envolta em complexas reviravoltas até a Grande Depressão, sujeita a intrigas e sabotagens (WU, 2012), jogos de poder e saber. Na Inglaterra, em 1930, a Baird Television já tinha chegado a um aparelho com quatrocentas linhas de

⁴⁸ The image as transmitted was faint and often blurred, but substantiated a claim that through the “Televisor”, as Mr. Baird has named his apparatus, it is possible to transmit and reproduce instantly the details of movement, and such things as the play of expression on the face. [...] It’s still to be seen to what extent further developments will carry Mr. Baird’s system toward practical use.

resolução, comparável aos padrões posteriores. A BBC, inaugurada em 1922, crescia em quantidade, qualidade e também em poder simbólico. De acordo com Higgins, a emissora

tomou o seu lugar como expressão, e potência em novas ideias sobre nacionalidade, modernidade e democracia. Com a vinda da BBC, tornou-se possível pela primeira vez na história das ilhas geograficamente dispersas, uma noção de ‘público geral’, capaz de experimentar os mesmos eventos simultaneamente (HIGGINS, 2014, s.d., tradução nossa)⁴⁹.

1.4.1 De invenção a mídia

Em 1927, a BBC recebeu sua primeira Carta Régia⁵⁰, sob a qual opera por período de 10 anos, em regime tácito de relação com a monarquia.

Reconhecida pública e politicamente, em 1930, a Inglaterra era o principal mercado televisivo do mundo. Na época, a Baird Television Limited representava a empresa mais bem-sucedida no ramo, à frente inclusive dos Estados Unidos, onde se desenrolava uma complexa luta de forças em relação à nova invenção. Tinha mais de duzentos funcionários e a única transmissão regular do planeta, via BBC (WU, 2012). Tudo veio abaixo quando um incêndio misterioso nos estúdios e no escritório de Baird colocou fim aos altos investimentos do inventor, substituído em seguida pelos sistemas eletrônicos, mais baratos e atualizados.

Desde os primeiros anos, a televisão e os megaeventos estiveram conectados, em princípio, por meio das grandes Feiras Mundiais e Exposições. Foi em uma dessas feiras, em 1939, em Nova York, que David Sarnoff, aproveitando a visibilidade e promovendo o apagamento de todos os esforços anteriores de cientistas como Baird, Charles Francis Jenkins (iniciou as transmissão em 1928) e Farnsworth (patenteou a TV eletrônica), sequestrou para si a história oficial da televisão:

⁴⁹ The BBC took its place as an expression of, and a power in, new ideas about nationhood, modernity and democracy. With the coming of the BBC, it became possible for the first time in these islands’ history for a geographically dispersed “general public” to be able to experience the same events simultaneously.

⁵⁰ Carta Régia é o nome dado ao documento oficial assinado por um monarca que segue para uma autoridade sem passar pela chancelaria, geralmente contendo determinações gerais e permanentes.

É com um sentimento de humildade que chego a este instante para anunciar o nascimento, neste país, de uma nova arte, tão importante em suas implicações que deve afetar toda a sociedade. A televisão é uma arte que brilha como uma tocha de esperança em um mundo conturbado. É uma força criativa que precisamos aprender a utilizar para o benefício da humanidade. [...] Agora, senhoras e senhores, nós acrescentamos imagem ao som! (SARNOFF citado por WU, 2012, 15)

Após essa breve abertura, uma imagem poderosa se desvelou diante de quem lá estava, ao estilo Steve Jobs, em seus famosos *shows* de apresentação dos produtos Apple. A cortina se abriu, revelando as fileiras de aparelhos, todos sintonizados no espetáculo de Sarnoff. A imprensa comprou o enunciado do “nascimento oficial da televisão”, elevando Sarnoff a seu criador. Ainda em 1999, a revista *Time* o celebrava como “Pai da Transmissão” (Figura 4), mostra dos mecanismos de saberes e poderes na construção de verdades, entendida por Foucault como um “conjunto de procedimentos regulados para a produção, a lei, a repartição, a circulação e o funcionamento dos enunciados” (FOUCAULT, 1979, p. 14).



Figura 4: Em 1999, revista *Time* celebrava Sarnoff como inventor da televisão.
Fonte: Time Archive.

Depois dessa estreia tumultuada, a televisão só reviveu em Londres em 1946, no pós-Guerra, e ainda assim para uma plateia limitada (BRIGGS; BURKE, 2002). A chamada “idade da

televisão”, na qual suas curvas de visibilidade se moldam sob regimes de luzes mais intensas, teria início na década de 1950, embora as transmissões das Olimpíadas tenham acontecido, ao vivo, em 1936, pela primeira vez, na Alemanha e, em 1948, na Inglaterra em íntima conexão com as estratégias pós-guerra de promoção dos Estados nacionais, como veremos. Esse ano foi proclamado, pela revista *Business Week*, como “o ano da televisão”. Televisão e Olimpíadas ganharam as capas dos jornais. (Figura 5)



Figura 5: Transmissão das Olimpíadas pela BBC em 1948 em destaque na revista Radio Times.

Fonte: <<http://genome.ch.bbc.co.uk/years/1948>>.

As décadas de 1950 e 1960 marcaram a diluição das barreiras entre o que Briggs e Burke (2002, p. 193) chamam de “tríade sagrada”: informação, educação e entretenimento. Em especial, contribuíram para esse apagamento as relações entre mídias, esportes e imprensa, ainda que seja possível rastrear essas conexões em períodos anteriores à invenção do cinema, do rádio e da televisão, como veremos nos nossos desvelamentos genealógicos no capítulo 3.

A televisão interferiu nas formas de entretenimento e informação da sociedade londrina, assim como em outros lugares do planeta. Segundo Briggs e Burke (2002, p. 238), “uma audiência realmente de massa começava a crescer explosivamente a cada semana, enquanto o público de cinema diminuía, apesar da popularidade descrita no epíteto “era do cinema”. Nos Estados Unidos, a frequência média semanal ao cinema caiu de 90 milhões em 1948 para 47 milhões em 1956.

No Reino Unido, essa relação ultrapassava os índices de audiência, delineando um ponto de contato relevante entre os dispositivos esportivo e midiático. Em 1950, o colunista do *The Sunday Times*, Maurice Gorham, relatou as tensões em perspectiva bastante distintas daquelas hoje observadas, trazendo à tona um registro importante para a compreensão das mutações resultantes das tensões entre as linhas de força no universo midiático.

Umhas duas milhões de pessoas devem ter visto a final da Copa na televisão, mas a fração mais significativa da audiência consistiu nas cerca de mil que assistiram, como convidadas, em uma tela de 20 pés no cinema em Penge. Para os fãs de futebol, estar no Penge Odeon foi a melhor sensação depois de estar em Wembley. [...] A televisão de tela grande melhorou muito desde que Baird mostrou Derby pela TV em um cinema em 1932. [...] Agora, os cinemas estão permanentemente equipados para a televisão, [mas] os direitos televisivos emitidos pelos Correios possuem uma cláusula [na lei de direitos autorais anterior à invenção do rádio] que proíbe a exibição dos jogos em instalações onde você paga para entrar. O Cinema TV está irremediavelmente enredado em tripla controvérsia, encurralado entre a BBC, os promotores de esportes e a indústria cinematográfica. [...] Pessoalmente, não acredito que a TV será um grande benefício para o cinema ordinário [...] É claro que se o cinema-televisão viesse, traria novas dores de cabeça para a BBC. Os cinemas poderiam querer interferir na escolha de eventos para a transmissão televisiva. Ou poderiam pressionar por uma maior definição. [...] Poderiam até querer cor. [...] E poderiam ainda renovar a sua pretensão de fazer a sua própria televisão, o que é sempre muito doloroso para a BBC (THE SUNDAY TIMES, 1950, p. 9, tradução nossa).⁵¹

Não poderia ser esta uma linha de tensão considerada característica de um processo de convergência de mídias analógico? Muito se fala sobre o processo de convergência de mídias digitais, porém consideramos necessário pensá-lo em outros tempos, para não incorrerem em risco de apartar os processos históricos, compartimentando-os em regimes cronológicos.

⁵¹ A couple of million people must have seen the Cup Final on television, but the most significant fraction of the audience consisted of the thousand or so who saw it, as guests on a 20-foot screen in the cinema at Penge. For football fans, being in the Penge Odeon was the next best thing to being in Wembley. [...] Big screen television has improved enormously since Baird first showed the Derby by television in a cinema in 1932. [...] Now the cinema is permanently equipped for television, [but] the television rights issued by the Post Office have a clause making them invalid if they are used for premises where you pay to go in. Cinema television has become hopelessly entangled in a three cornered controversy between the B.B.C., the sports promoter and the film industry. [...] Personally, I do not believe that television will be a great boon to the ordinary cinema [...] Of course, if cinema-television came, it would bring new headaches to the B.B.C.. The cinemas might want to have a say in the choice of events to televise. They might press the rights for higher definition. [...] They might even want colour. [...] And if the public service could not oblige, they might renew their claim to do their own television, a claim that is always very painful to the B.B.C..

Ao contrário dos Estados Unidos, o desenvolvimento da televisão na Grã-Bretanha foi marcado pela austeridade do contexto pós-Guerra, o que influenciou profundamente seu direcionamento. A preponderância da audiência era de espectadores de baixa renda, com pouca educação formal. Megaeventos continuavam mobilizando as tecnologias mais atuais a cada época, o que permitiu a 20 milhões de pessoas em toda a Europa assistirem, pela primeira vez na história, à coroação ao vivo de uma rainha, em 1953. Esse evento, de acordo com a BBC⁵², teria acelerado a venda de aparelhos preto e branco. O filme foi transportado de avião e também exibido nos Estados Unidos. (BRIGGS; BURKE, 2002)

Apenas cinco anos após a coluna de Gorhan citada anteriormente, uma relevante intervenção do Estado mudou os destinos da televisão no Reino Unido, assim como as relações com os esportes e a imprensa. O Parlamento acabou com o monopólio da BBC e instaurou regime de livre concorrência no Reino Unido. A competição, destacam Briggs e Burke (2002), foi vantajosa financeiramente para produtores, artistas e também para as organizações desportivas. Foi promovida ainda uma profissionalização do telejornalismo durante as décadas de 1960 e 1970.

Embora a primeira transmissão por satélite das Olimpíadas tenha ocorrido a partir de Tóquio, em 1960, a tecnologia só começou a ser utilizada pela BBC dois anos depois. Até aquele momento, as imagens dos Jogos eram transportadas por avião para outros países. Conforme aponta Jost (2010), por esta época as televisões começam a se projetar iconicamente, por meio de suas marcas e também de seus prédios. O clássico Television Centre foi inaugurado em 1960, primeiro edifício no mundo projetado para produzir televisão. (Figura 6)

⁵² BBC. History of BBC timeline. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/timelines/z9fhpv4>>. Acesso em: 31 mar. 2015.



Figura 6: BBC Television Centre, primeiro prédio dedicado à produção televisiva no mundo.
Fonte: BBC.

A visibilidade crescente trouxe consigo novos atravessamentos, como a Associação Nacional de Espectadores e Ouvintes, criada em 1961, para fiscalizar as telas da TV britânica. A relação com o universo esportivo se intensificou e a transmissão final da Copa do Mundo de 1966, entre Inglaterra e Alemanha, em Londres, é considerada até hoje o evento único mais assistido da história da televisão britânica, com 32,3 milhões de telespectadores.

A televisão em cores chegou com atraso em relação aos Estados Unidos, em 1967, e veio acompanhada de uma taxa especial pelo serviço diferenciado. As décadas seguintes foram marcadas pela expansão no número de canais, chegada da tecnologia a cabo e por um dos megaeventos mais populares do mundo na história da televisão: o casamento do príncipe Charles com Lady Diana Spencer, em 1981, assistido simultaneamente por cerca de 750 milhões de pessoas, segundo a BBC.⁵³

Nos anos 1990, a fragmentação se ampliou enormemente, inclusive com o lançamento do canal de notícias 24 horas da BBC (BBC News 24). Porém, a BBC 1 continuou estável em sua liderança, como mostra o Gráfico 3.

⁵³ BBC. History of BBC timeline. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/timelines/z22wjxs>>. Acesso em: 31 mar 2015.

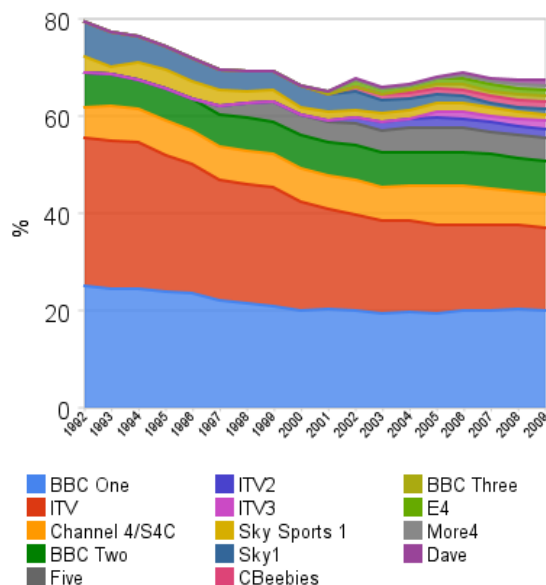


Gráfico 3: Divisão da audiência entre os canais do Reino Unido entre 1992 e 2009 (canais com audiência $\geq 1.0\%$).
Fonte: BARB.

Além de seu caráter informativo, a BBC está investida de uma cultura educacional, parte importante de suas curvas de visibilidade e enunciados, por meio da qual estabelece seus contratos com o público (JOST, 2010). Desde muito cedo, a emissora abraçou as várias possibilidades tecnológicas, seja para incorporá-las, ou para, estrategicamente, analisar seu potencial de ameaça à televisão (BBC ACADEMY, 2013)⁵⁴: por meio do seu Laboratório de Tecnologia e Inovação⁵⁵ e do Projeto Blue Room⁵⁶, incentiva jornalistas a conhecerem e experimentarem *gadgets* os mais diversos. Em 1982, chegou a lançar sua própria marca de microcomputadores, o BBC Microcomputer, desenvolvido pela Acorn Computers dentro do projeto educativo Computer Literacy.⁵⁷ Um programa foi lançado na BBC Two para promover o uso da informática e do aparelho.

O mesmo aconteceu em relação ao processo de digitalização e à internet. O endereço <bbc.co.uk> foi registrado ainda em 1991⁵⁸; porém, a BBC Online nessa URL só começou a

⁵⁴ BBC Academy. TV consumer technology. London, 2013. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/academy/production/article/art20130702112136384>>. Acesso em: 13 jan. 2015.

⁵⁵ Cf. <<http://www.bbc.co.uk/academy/production/podcasts/technology-and-innovation>>.

⁵⁶ Cf. <<http://www.bbc.co.uk/academy/production/article/art20130702112136384>>.

⁵⁷ Para detalhes, cf. <<http://www.cloud9.co.uk/james/BBCMicro/Documentation/>>.

⁵⁸ Para saber mais, cf. <<https://support.bbc.co.uk/support/history.html>>.

operar publicamente em 1997. Quatro anos depois, a empresa criou a marca BBC Online para nomear uma vasta rede de *sites*, incluindo alguns dos mais acessados do mundo, BBC News⁵⁹ e BBC Sport⁶⁰, além de serviços de vídeo on demand (VOD), o BBC iPlayer (lançado em 2007), um *site* destinado a crianças em idade pré-escolar, CBeeBies⁶¹, e outros serviços educativos como o Bitesize⁶² e a BBC Academy⁶³.

Nas palavras do diretor-geral, Mark Thompson, em 2004:

Um economista talvez conclua que a BBC tem um importante papel na prevenção de vários tipos de falências no mercado, com o novo mundo digital. Nossa visão é muito mais ampla. Nós ansiamos por um futuro onde o público tenha acesso a uma casa de tesouros de conteúdo digital; uma reserva de valor que se estende por mídias e plataformas, se desenvolve e cresce ao longo do tempo, que o próprio público possa usar livremente em perpetuidade. Quando o tráfego de mão única da radiodifusão tradicional evolui para um verdadeiro diálogo criativo no qual o público se envolve enquanto audiência ativa, participantes inspirados. (THOMPSON, 2004, s.p., tradução nossa⁶⁴).⁶⁵

A chamada “Revolução Digital”, como a BBC nomeia os anos 2000 em sua *timeline*, foi marcada também por renovações na infraestrutura e novos ícones prediais. O primeiro centro de mídia totalmente digital da emissora, BBC Pacific Quay, na Escócia, foi inaugurado pelo ex-Primeiro Ministro Gordon Brown em 2007. (Figura 7) “O novo prédio”, segundo a BBC⁶⁶, foi projetado para ser “um dinâmico centro de transmissão e *benchmark* em termos do estado da arte das tecnologias digitais e métodos produtivos através da TV, rádio e online”.

⁵⁹ De acordo com <<http://www.alex.com/topsites/category/Top/News>>.

⁶⁰ De acordo com <<http://www.alex.com/topsites/category/Top/Sports>>.

⁶¹ Cf. <<http://www.bbc.co.uk/cbeebies/>>.

⁶² Cf. <<http://www.bbc.co.uk/education>>.

⁶³ Cf. <<http://www.bbc.co.uk/academy>>.

⁶⁴ An economist might conclude that the BBC has an important role in preventing various kinds of market failure in the new digital world. Our vision is far bolder," said Mark Thompson. "We look forward to a future where the public have access to a treasure house of digital content; a store of value which spans media and platforms, develops and grows over time, which the public own and can freely use in perpetuity. When the traditional one-way traffic from broadcaster to consumer evolves into a true creative dialogue in which the public are not passive audiences but active, inspired participants.

⁶⁵ THOMPSON, Mark. Disponível em

⁶⁶ BBC. Timeline: History of the BBC - 2000s. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/timelines/zsgv34j>>. Acesso em: 31 mar. 2015.



Figura 7: BBC Pacific Quay, na Escócia, primeiro prédio da BBC dedicado inteiramente à produção digital.
Fonte: BBC.

A grande audiência dos serviços *on-line* da BBC revelou-se rapidamente como uma linha de fissura na tessitura do mercado midiático britânico. Ao se verem tensionados por uma concorrência financiada por taxas compulsórias, as demais emissoras de televisão, rádio e também os jornais abriram vários processos para investigação dos indícios de distorção de mercado.

Em 2010, o jornal *The Times* contribuiu para registrar outra movimentação importante na dinâmica de forças do dispositivo televisivo britânico ao denunciar as tensões sofridas pela BBC e os rearranjos estratégicos que acabaram por transformar linhas de fissura em linhas de força, assim contribuindo para reforçar os pressupostos institucionais, econômicos e políticos que permeiam as mídias de massa.

As propostas [de corte no orçamento e redução da produção] parecem calibradas para apaziguar os rivais da BBC em vários mercados. As empresas de radiodifusão, tais como: ITV e Channel 4, se animarão com o compromisso da empresa de reduzir a programação adolescente e a participação na compra de produtos americanos de sucesso. As páginas *web* da corporação devem ser reduzidas para a metade, apoiada por um corte de 25 por cento do número de funcionários. O orçamento de £112 milhões sofrerá um corte de 25 por cento também. A proposta ainda inclui a inserção de mais *links* para artigos de jornais, como forma de direcionar o tráfego para os *sites* das editoras rivais. A BBC também vai tentar acalmar os nervos dos grupos de jornais locais [...] com a promessa de jamais elevar a produção de serviços

“mais locais” para além do que acontece atualmente (FOSTER, 2010, p. 2, tradução nossa).⁶⁷

Um ano antes das Olimpíadas, a emissora, em movimento de reacomodação, anunciou uma nova estratégia, chamada de Quatro Telas, cujos enunciados discursivos descreviam a mudança como uma forma de simplificar os diversos projetos da emissora no mote: “um serviço, dez produtos, quatro telas” (Figura 8), pensando as mídias enquanto elemento de conexão entre tecnologias e narrativas, modelo discursivo bastante em voga nos saberes que buscam analisar os processos da comunicação contemporânea.

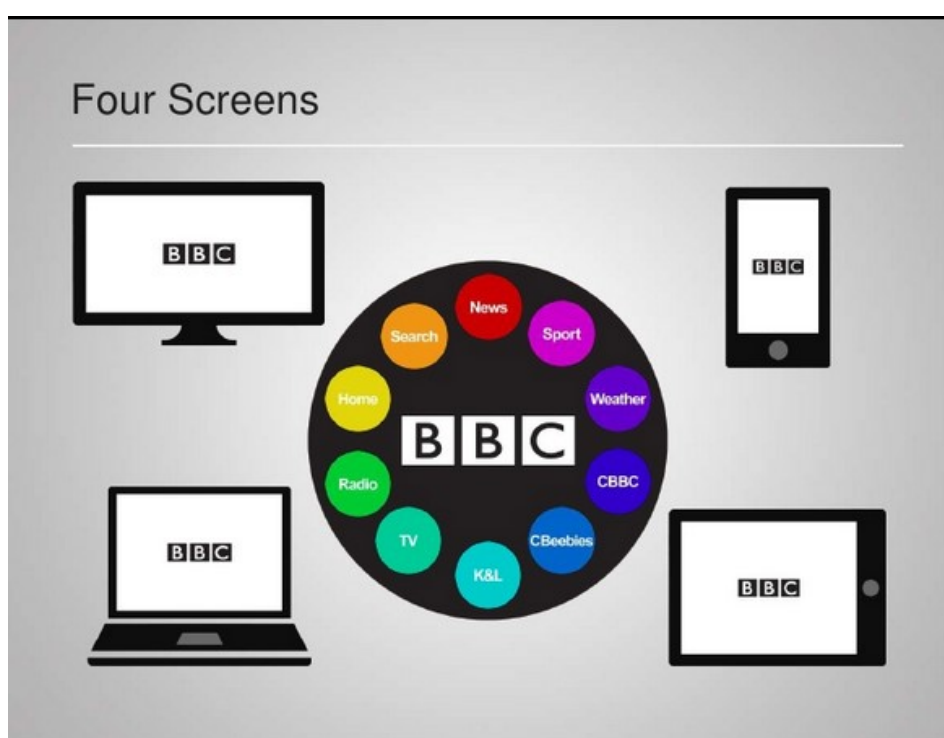


Figura 8: Estratégia quatro telas da BBC anunciada em 2011.
Fonte: BBC.

Por esse modelo, os conteúdos da organização seriam conectados por meio da conjunção editorial + algoritmos + social. Ralph Rivera (2011), um dos responsáveis pelo projeto,

⁶⁷ The proposals appear to be calibrated to appease the BBC’s rivals in various markets. Broadcasters such as ITV and Channel 4 will be heartened by the corporation’s pledge to reduce teen programming and to scale back on its bidding for hit American shows. The corporation’s web pages are to be halved, backed by a 25 per cent cut in staff numbers. Its £112 million budget will also be cut by 25 per cent. It is also pledging to include more links to newspaper articles to drive traffic to the websites of rival publishers. The BBC will also try to calm the nerves of local newspaper groups — who are suspicious of the corporation after its aborted plans to develop videodriven local websites — with a pledge not ever to produce services at a “more local” level than is currently the case.

anunciou que, até aquele momento, as estratégias digitais estavam focadas no PC. A partir daquele momento, girariam igualmente em torno das telas da televisão, PC, celular e *tablet*, incluindo o serviço Red Button⁶⁸ (serviço de televisão interativa, que substituiu o antigo Ceefax). Foi este o cenário que marcou a cobertura das Olimpíadas de 2012, nosso objeto de estudo.

Em 2014, as televisões e a BBC existem em uma era de fragmentação da mídia sem precedentes, como destaca Higgins (2014).

Vivemos em um mundo de Netflix e YouTube, um mundo em que qualquer um pode ser um radiodifusor, um mundo onde a enorme massa invasora de empresas globais de mídia ameaça ofuscar a BBC. Até a taxa de licença - um imposto sobre os aparelhos de televisão - está começando a parecer fora de moda e instável no mundo de *tablets* e *smartphones* (HIGGINS, 2014, s.p., tradução nossa).⁶⁹

Para responder ao novo cenário, a BBC se prepara mais uma vez para reposicionar-se estrategicamente, trabalhando no conteúdo da nova Carta Régia, a entrar em vigor em 2017. Como parte do processo, a emissora publicou, em 2015, a primeira parte de um relatório intitulado "O futuro da notícia", no qual examina as ameaças e detalha as estratégias da emissora para se adaptar a elas.

O que se discute, segundo a BBC, são os princípios e as prioridades do serviço público de jornalismo na era da internet, "o momento mais emocionante para o jornalismo, desde o advento da TV" (BBC, 2005, p. 2). Para se posicionar, a emissora parte de Thomas Jefferson (1787), para quem

Sendo a opinião do povo a base dos nossos governos, a prioridade deveria ser manter este direito; e, me fosse dado decidir se devemos ter um governo com jornais, ou jornais sem um governo, eu não hesitaria em preferir a última opção. Mas significaria dizer que todo homem deveria receber esses jornais

⁶⁸ Red Button oferece texto e serviços baseados em vídeo, bem como extensões de programas de TV como informações adicionais, vídeo ou testes de conhecimento.

⁶⁹ We live in a world of Netflix and YouTube, a world in which anyone can be a broadcaster, a world where the sheer bulk of encroaching global media businesses threatens to overshadow the BBC. The very funding mechanism of the licence fee – a tax on television sets – is beginning to look outmoded and shaky in the world of catch-up, the tablet and the smartphone.

e ser capaz de lê-los (JEFFERSON citado pela BBC, 2015, p. 2, tradução nossa).⁷⁰

Ao considerar a internet uma oportunidade para fazer melhor jornalismo (“um presente”), por significar a democratização das notícias, a BBC ressalta o estreitamento nas relações entre *newsmakers* (quem faz) e *newstakers* (quem recebe), com o turvamento das linhas que os separavam. Entretanto, ressalta o fato de a internet não informar bem, ser (e permanecer) uma ferramenta de “exageros, desinformação, polarização e desengajamento”, sendo “nosso dever manter todos informados” (BBC, 2005, p. 2).

O relatório prevê a televisão na internet a partir de 2025, no Reino Unido, e 2030 no resto do mundo, ainda que em diferentes ritmos e por meio de diferentes plataformas. Ao fazer essa incursão no futuro, embora ciente dos riscos, a emissora diz ter três objetivos: garantir que continue viva e aberta a novas ideias relacionadas às notícias; articular as escolhas e estratégias de longo prazo; contextualizar os caminhos para a próxima Carta Régia. Para isso, olham para as notícias enquanto “tecnologia, histórias e pessoas” (BBC, 2015, p. 3).

[...] sejam quais forem as mudanças, nosso trabalho continua sendo encontrar o que realmente acontece e relatar. E nós sabemos que não há pressa em antecipar o futuro. Televisão e rádio não são mídias ultrapassadas, mas a melhor forma de atingir a audiência de massa hoje e por anos à frente. Rádio é incomparável na capacidade de combinar inteligência e intimidade. E não há meio mais poderoso e versátil para reportar notícias do que a televisão. Estamos melhor colocados do que nunca. Vídeo e áudio são o que o público móvel quer cada vez mais. [...] na era da internet, somos mais necessário que nunca (BBC, 2015, p. 3, tradução nossa).⁷¹

Os caminhos anunciados pela empresa passam por regionalização ainda maior dos serviços, com utilização de recursos como dados, personalização e engajamento, como forma de fazer

⁷⁰ The basis of our governments being the opinion of the people, the very first object should be to keep that right; and were it left to me to decide whether we should have a government without newspapers or newspapers without a government, I should not hesitate a moment to prefer the latter. But I should mean that every man should receive those papers and be capable of reading them.

⁷¹ whatever change is to come, our job remains to find out what’s really going on and report it. And we know there’s no need to hurry the future. Television and radio are not legacy media, but the best means of reaching a mass audience today and for years to come. Radio is unrivalled in its capacity to combine intelligence and intimacy. And there is no more powerful or versatile medium for reporting the news than television. If anything, we’re better placed than ever. Video and audio are increasingly what mobile audiences want. This report makes the case that in the internet age, the BBC is more necessary and valuable than ever.

frente ao “buraco que a internet abriu no modelo de negócio das grandes organizações” (BBC, 2015, p. 6).

A empresa apresenta números que comprovam o distanciamento dos jovens da televisão quando buscam se informar: enquanto o alcance é da ordem de 92% entre pessoas com mais de 55 anos, esse dado cai para 52% na faixa entre 16 e 34.

E as pessoas no poder estão achando que podem falar diretamente com o público, sem a necessidade de um incômodo repórter. O concorrente do jornalista não é mais outro jornalista. Muitas vezes é a própria fonte. Partidos políticos, celebridades, empresas comunicam diretamente com o público (BBC, 2015, p. 7, tradução nossa).⁷²

Em resumo, o que faz a emissora nesse documento é reforçar-se enquanto instância mediadora das relações de saber e poder na sociedade britânica e mundial, ao mesmo tempo em que estabelece um pacto com sua audiência (por questão de sobrevivência, já que os jovens se distanciam da televisão), com base em um discurso de aproximação com os ideais de horizontalidade da cultura da convergência (JENKINS, 2008).

O relatório da BBC marca uma aproximação importante entre universos de poderes e saberes, já que foram consultados centenas de acadêmicos de todo o mundo durante a sua construção. As colocações da emissora expõem linhas de força e de fuga relevantes na malha que conforma nosso hiperdispositivo e nos instiga a pensar outras possíveis fissuras silenciadas.

1.4.2 Possíveis fissuras ?

Ao apresentar aos jornalistas da casa o projeto de cobertura *on-line* da BBC para as Olimpíadas de 2012, Phil Fearnley, Gerente Geral de Notícias e Conhecimento, relatou a reação da audiência em pesquisa realizada pela emissora antes de lançar a proposta: “wow, isso é melhor do que televisão”, teriam dito. Logo em seguida, Fearnley, em vídeo disponível no Youtube, comenta com os colegas em tom de cumplicidade: “também acho, mas acredito que não possamos dizer isso muito alto aqui dentro” (FEARNLEY, 2012).⁷³

⁷² And people in power are finding they can speak directly to the public without needing to bother with a reporter’s pesky questions. The journalist’s competitor is no longer another journalist. Often, it’s the subject of the story. Political parties, celebrities, corporations communicate directly with the public.

⁷³ FEARNLEY, Phil. The digital challenge: The Olympics - press presentation. [video]

Televisão, internet, comentários internos que extrapolam as redações, cobertura da imprensa sobre os planos de cobertura de uma emissora de televisão comentados *on-line*, profusão de imagens em uma estratégia cujo enunciado foi “Nunca perca um momento”. 2.500 horas de cobertura ao vivo disponíveis em PC, celulares, tablets, TV interconectada e Red Button, como detalharemos no capítulo 4. “Levar todos os esportes, de qualquer arena, para todo mundo, onde quiserem e como quiserem, pela primeira vez na história”. Melhor do que televisão? Qual televisão? A que nos referimos hoje quando pensamos sobre essa mídia quase nonagenária?

Muitos autores discutem o *status* atual da televisão e seu futuro (CARLÓN; SCOLARI, 2009; LÉON, 2012; SCOLARI, 2008; DAYAN, 2009 ; MILLER, 2009; JOST, 2010). Dayan (2009) aborda o assunto de forma multidimensional. Para ele, algumas dimensões da televisão que conhecemos estão se apagando, outras correm risco, mas existem aquelas “muito importantes para não sobreviverem” (DAYAN, 2009, p. 20). Ele propõe diferenciar “televisão de centro” (tradicional) de outros modelos menos ancorados, dispostos a dissolver a distinção entre “centros e periferias”. Para refletir sobre o que fica e o que muda no universo televisivo, Dayan propõe analisar duas questões-chave: 1) condições de possibilidade dos tipos de compartilhamento (*sharing*) que a TV tradicional introduziu em seu auge (Ainda são possíveis? Outras mídias podem performá-lo? Se não, seria esta a parte da televisão que irá permanecer?); 2) atividades de exibição (*showing*), as práticas por meio das quais a televisão solicita, organiza e administra atenção coletiva. O que se discute atualmente, para esse autor, são as formas como a televisão tradicional foca a atenção coletiva em torno de certos eventos, situações e indivíduos, como ocorre nos contratos em torno dos megaeventos.

Embora existam outras instâncias de exposição pública, elas raramente mostram a mesma situação simultaneamente, envolvendo tantas versões diferentes com tamanha competitividade entre as mídias. A atividade de exibir teria se tornado, segundo Dayan, “um campo de batalhas sensível. O que está em jogo hoje é a autoridade investida no ato de mostrar” (o que ele chama de *monstration*) (DAYAN, 2009, p. 20).

Dayan se propõe a comparar a *mídia de centro* com a *nova mídia digital* para questionar as formas de convivência entre esses dois modelos. O autor sugere que

A situação atual ecoa muitos casos anteriores em que a velha mídia aprendeu a coexistir com a nova mídia, redefinindo seu papel, iniciando diálogos inesperados, praticando a divisão de trabalho. Dessa forma, a situação atual seja talvez menos uma história de destronamento da televisão confrontada com um novo meio dominante, do que uma gradual acomodação, uma parceria relutante, uma esfera pública multicamadas (DAYAN, 2009, p. 20, tradução nossa).⁷⁴

A colocação do autor nos remete aos acordos tácitos frequentes entre os dispositivos esportivo, jornalístico e midiático, por meio dos quais a televisão dialoga com os *sites* de mídias sociais como Facebook e Twitter, fazendo-se ali representar ou utilizando publicações de atores deste ambiente em seus programas.

Por muito tempo, segundo Dayan (2009), a esfera pública se organizou em termos nacionais, sob influência de empresas de televisão centralizadas. Essas esferas agora se expandem de várias maneiras, a maioria delas envolvendo algum tipo de dimensão pós-nacional. Ele destaca três dessas formas de expansão: 1) as mega-redes de televisão (Al Jazeera, BBC World Service, TV5 Monde, CNN International etc.) que, apesar de terem audiência global, apresentam uma programação contaminada pelo nacional; 2) televisões destinadas a populações imigrantes, que ajudam a reconstituir o senso de nação e impérios esquecidos, configurando-se em modelos alternativos da própria televisão; 3) desafios que emanam das novas mídias. A esfera pública digital subverte os espaços nacionais por meio de interações descentralizadas - chamadas, segundo ele, de rizomas, redes, capilaridades. Neste caso, o modelo nacional é relativizado de baixo para cima e o fato de qualquer ponto periférico poder se conectar a qualquer outro coloca em questão inclusive a noção de periferia. Em todos os casos, para Dayan, o que parece fragilizado hoje é o *link* entre centros e periferias: **a noção de território**.

Ainda que consideremos interessante a colocação desse autor em relação às territorialidades rearticuladas no universo digital, preferimos pensar essas relações enquanto camadas fluidas e complementares, e não como relações bipolares, entre centro e periferia. Afinal, como a própria BBC prevê em seu documento *The Future of News* (2015) citado anteriormente, em 2030, a maioria dos telespectadores poderá estar assistindo à programação da televisão na internet. Também, desde 2008, como veremos adiante, o próprio Comitê Olímpico

⁷⁴ I suggest that the present situation echoes many earlier cases in which old media learned to coexist with new media by redefining their role, by starting unexpected dialogues, and by practicing a division of labor. Thus, today's situation is perhaps less the story of adethroned television faced with a new dominant medium than that of a gradual accommodation, a reluctant partnership, a multitiered public sphere.

Internacional transmite as Olimpíadas pela internet, por meio do Youtube, para países onde não há acordo de venda de direitos de transmissão pela televisão.

Outro aspecto destacado pelo autor é o das **temporalidades da atenção**. Notícias antes compartilhadas pelas televisões tradicionais para uma recepção coordenada de mobilização coletiva das atenções são agora tensionadas pelo “polirritmo” das novas mídias ao introduzirem uma “disjunção temporal em uma verdadeira fábrica de conversações” (DAYAN, 2009, p. 13), ainda que, considera Dayan, já existisse uma tendência das mídias centrais de participarem da temporalidade desarticulada da nova mídia.

Simétricos e quase contemporâneos dos eventos midiáticos, os canais de notícia introduziram uma recepção desarticulada. Eles permitem que os mesmos eventos sejam vistos pelos espectadores em tempos diferentes. Os programas não estão mais no mesmo compasso do dia televisivo. Por estarem em *loop* constante, eles estão constantemente disponíveis [...] uma temporalidade carrossel permite cada telespectador acessar os noticiários quando quer (DAYAN, 2009, p. 22, tradução nossa).⁷⁵

Embora abrindo mão de certas formas de compartilhamento, a televisão tradicional ainda lida com a atenção convergente. Isso, segundo Dayan, pode explicar porque as televisões centrais exploram hoje pelos menos três tipos de temporalidades: *televisão programada*, *televisão carrossel* e os eventos midiáticos que trazem uma outra forma de temporalidade, *a transmissão ao vivo*, caso das Olimpíadas, cujos regimes temporais são articulados estrategicamente em convivência mútua com os horários nobres da NBC e BBC.

A terceira temporalidade, dos eventos midiáticos ao vivo, tem se tornado, de acordo com Dayan, uma das grandes possibilidades retóricas da televisão central.

Mas transmissão ao vivo envolve duas dimensões. A primeira é técnica (simultaneidade). A segunda é social. É a atenção compartilhada. Simultaneidade sem compartilhamento não é muito importante. Simultaneidade com compartilhamento restrito também não é muito importante. A nova mídia ocasionalmente oferece transmissão ao vivo. Ainda assim, enquanto o ao vivo é uma característica importante da televisão

⁷⁵ Symmetrical, and almost contemporary to the emergence of media events, news channels introduce a disjointed reception; they allow the same events to be seen by different viewers at different times. Programs are no longer in rhythm with the progression of a television day. By being repeatedly broadcast in loops, they become constantly available like airport shuttles (Semprini 2003). A carousel temporality allows each viewer access to news programs whenever he or she wants.

central, torna-se menos significativa em mídias que conectam periferia a periferia (DAYAN, 2009, p. 22, tradução nossa).⁷⁶

Para tornar-se significativa, um evento midiático como as Olimpíadas precisa de atenção coletiva. Segundo o argumento de Dayan, a televisão tradicional seria como o lugar natural do *show* ao vivo, o que pode ser verdade, mas não descarta a construção de outros lugares, em novas expansões territoriais digitais.

Outro argumento utilizado por esse autor diz respeito à política e à sociologia da atenção. Como **política da atenção**, refere-se aos grandes eventos como o lugar da exibição pública. Atores políticos, argumenta, são particularmente interessados em eventos midiáticos, porque sabem que esses eventos são palcos que oferecem o mais alto nível de visibilidade (*publicness*), o mais alto grau de atenção coletiva. Isso faria de eventos de alta visibilidade, como o caso das Olimpíadas, ambientes de especial interesse para esses atores, em conexão direta com a televisão. Entretanto, podemos questionar o fato de a atenção estar muitas vezes voltada para outros ambientes em rede, que nem sempre significam dispersão da audiência, caso daqueles acontecimentos taguados no Twitter e também de suas possibilidades de “visibilidade reticular” (ALZAMORA; RODRIGUES; UTSCHE, 2015, p. 44). É o caso, por exemplo, do perfil de Barack Obama, no qual o presidente tem 57,4 milhões de seguidores (em média, os programas de maior audiência da BBC atingem 8 milhões de pessoas no Reino Unido; a abertura das Olimpíadas de Londres, um dos eventos mais assistidos da história da televisão britânica, reuniu cerca de 24 milhões de telespectadores na BBC1).⁷⁷

Entretanto, Dayan (2009) alerta para o próprio grau de dramaturgia apresentado pelos eventos de alta visibilidade, situações de frustração que ele classifica como **atenção desviada**, **atenção subvertida** e **atenção pervertida**. As atenções seriam **desviadas** quando tiram proveito de um evento maior para se promover (cada vez mais difícil em eventos olímpicos, pelas medidas protetivas do evento); **subvertidas** quando as condições do lugar que recebe o

⁷⁶ But liveness involves two dimensions. The first is technical (simultaneity). The second is social. It is shared attention. Simultaneity without sharedness is not very important (it is routine in surveillance systems). Simultaneity with restricted sharedness is not very important either. The power of live broadcasts lies with the size of audiences invited to share them. New media may occasionally offer live broadcasts. Yet, while live is a momentous feature in central television, it becomes much less significant in media that connect peripheries to peripheries.

⁷⁷ BARB, Broadcasters Audience Research Board. Top 30s. Disponível em: <<http://www.barb.co.uk/whats-new/weekly-top-30>>. Acesso em: 31 mar 2015.

evento recebem atenção (caso do destaque que se deu à violação dos direitos humanos no Tibet, durante as Olimpíadas de Pequim); e **pervetidas** quando um evento é superado por outro (como aconteceu com o atentado terrorista nas Olimpíadas de Munique).

Retomando o conceito de *monstration*, Dayan argumenta que as novas mídias ou antecipam *monstrations* da televisão central ou respondem a elas, fazendo emergir uma forma competitiva de parceria. Uma dessas formas de parceria seriam as notícias da rede levadas para a televisão, o que validaria os rumores da rede. Outra, seriam as notícias da televisão levadas para a rede. Haveria ainda as imagens da televisão retiradas do contexto inicial para serem criticadas, o que Dayan chama de *re-monstration*.

Os argumentos de Dayan nos parecem interessantes para analisar alguns aspectos da conexão entre televisão e novas mídias. Porém, enxergamos fragilidade quando pensamos a relação da televisão com outros dispositivos, como os megaeventos esportivos, na medida em que o autor não incorpora as várias vertentes da dinâmica de relações em jogo, suas linhas de força e de fuga, ou os vários regimes de visibilidade e enunciação dos elementos heterogêneos articulados, assim como suas distintas estratégias frente aos desafios contemporâneos. Quem faz, como faz, porque faz e como as audiências afetam e se deixam afetar, contribuindo para conformar esses eventos e as mídias a eles agregadas, de que forma os diversos tensionamentos reconfiguram relações de saber e poder ou sedimentam seus modos de ser (e dizer de si) nos parecem interferências fundamentais a serem discutidas. É isso que fazem Alzamora, Rodrigues e Utsch (2015) e Alzamora e Rodrigues (2014) ao analisarem “acontecimentos agenciados em rede” e o dispositivo televisivo em interseção com o universo *on-line* durante as manifestações que se alastraram pelas ruas do Brasil em junho de 2013. Embora com temática difusa, esses protestos estiveram relacionados também aos custos da realização dos megaeventos esportivos Copa do Mundo e Olimpíadas, no Brasil, em 2014 e 2016. Nos textos, as autoras chamam a atenção para um fenômeno tipicamente contemporâneo “marcado pela interseção porosa entre ruas e conexões de mídias sociais” (ALZAMORA; RODRIGUES; UTSCH, 2015, p. 39), atravessados também pelo dispositivo televisivo (ALZAMORA; RODRIGUES, 2014, p. 2).

Esse contexto sociocomunicacional, segundo essas autoras, estaria tensionado por um ideal político de horizontalidade característico da cultura da convergência (JENKINS, 2008) e recusa a verticalidade de instâncias representativas de partidos e da imprensa, marcas da cultura de

massa. Enquanto instâncias representativas moldadas por esse regime vertical, podemos pensar também entidades supranacionais como a Fifa e o Comitê Olímpico Internacional, cujas “linhas de força relacionadas às dimensões institucionais, política, social e cultural” (ALZAMORA; RODRIGUES; UTSCH, 2015, p. 41) se encontram desestabilizadas, exigindo movimentos estratégicos de reconfiguração das relações de saber e poder efetivadas em alianças tácitas com emissoras de televisão e Estados nos últimos 90 anos.

Alzamora, Rodrigues e Utsch (2014) reconhecem nesse movimento um dispositivo que se configura em “conexões on e off line, não sendo redutíveis a quaisquer dessas instâncias” e no qual “curvas de visibilidade e de enunciação, delineadas no embate entre linhas de força ou de sedimentação e de fuga ou de fissura, se evidenciaram no compartilhamento de registros produzidos por jornalistas e por manifestantes” (ALZAMORA; RODRIGUES, 2014, p. 3). Tal dinâmica de forças tem sido cada vez mais frequente em contextos de megaeventos olímpicos como vimos em Sochi/2014. Em 2012, também testemunhamos ampla camada conversacional, principalmente no Twitter, extravasar as telas de computadores, *smartphones* e *tablets*, ocupando lugar nos disputados tempos televisivos. Assim como vimos *hashtags* potentes ultrapassarem territórios a ponto de manchar universalmente a reputação de uma emissora como a NBC americana com a campanha #NBCfail⁷⁸, por meio da qual mais de 750 mil tuítes, referindo-se ao protesto *on-line*, circularam pelo planeta no período das Olimpíadas, repercutindo não apenas no momento olímpico (O’HALLAN; SHAPIRO, 2014), mas em várias referências negativas a possíveis outras falhas da organização.

Entretanto, como apontam Alzamora, Rodrigues e Utsch (2014, p. 41-42), campanhas como esta acabam por constituir resultados contraditórios, na medida em que “ao recusar corporações hegemônicas de mídia, provenientes da lógica de transmissão, os manifestantes empoderam corporações midiáticas típicas da lógica do compartilhamento”, como é o caso do Twitter e do Facebook. “Ao fazê-lo”, ressaltam as autoras, “se inserem na dinâmica midiática que, embora regida por outra lógica sociocomunicacional, lida com pressupostos institucionais, econômicos e políticos que permeiam as mídias de massa” (ALZAMORA; RODRIGUES; UTSCH, 2014, p. 41-42).

⁷⁸ Campanha no Twitter que resultou em amplo volume de reclamações entre os internautas, ao criticarem a decisão da emissora de transmitir muitas das principais disputas olímpicas no horário nobre, gravadas, ao invés de ao vivo, no momento das provas.

Esse empoderamento, a nosso ver, resulta na conformação da “parceria relutante” a que se refere Dayan (2009, p. 20), na medida em que percebemos as articulações institucionais entre empresas midiáticas tradicionais, empresas jornalísticas, empresas esportivas e empresas de mídias sociais, em aliança na promoção dos Jogos Olímpicos, como aconteceu em 2012 e 2014, entre NBC, BBC, IOC, Facebook, Twitter e Google, por meio de páginas exclusivas ou acordos de exclusão de material contrário à lógica vertical do modelo de sustentação econômica do Movimento Olímpico. Também em relação à campanha #NBCfail, um de seus principais articuladores, o jornalista britânico Guy Adams, acabou banido do Twitter (CROSS, 2012) após publicar o endereço de *e-mail* de um dos diretores da emissora e incentivar internautas a expandirem sua insatisfação para além daquela plataforma.

Por outro lado, como apontam Alzamora e Rodrigues (2014), a hostilidade ou críticas às corporações de mídias tradicionais, como o caso da NBC acima ou da Rede Globo estudada pelas autoras, acabam por constituir linhas de força bastante relevantes no dispositivo televisivo, conformando curvas de visibilidade e enunciação “que paradoxalmente concorrem para ressaltar a força das emissoras”. O protesto #NBCfail, por exemplo, levou à pauta da CNN e da revista *Mashable* aquele que teria sido o responsável pelo primeiro *post* com a *hashtag* do protesto, o *webdesigner* Steven Marx, para surpresa do próprio Marx, que ignorava o fato de ter sido o pai de todo o barulho contra a emissora americana, já que em momento algum teve a intenção de criticar a NBC, mas apenas de expor sua frustração (CNN, 2012).

Para essas autoras, na relação com o dispositivo televisivo, em seu viés jornalístico, existe um ideal de horizontalidade a permear “agregações sociais circunstanciais e efêmeras”, que difere do ideal de representatividade que teria levado ao reconhecimento social da imprensa enquanto quarto poder no âmbito da cultura de massa. “O que parece estar em jogo é a redefinição do estatuto da verdade nos jogos de poder que caracterizam o embate entre linhas de força, aqui relacionadas ao dispositivo televisivo, e as linhas de fuga, aqui relacionadas às mídias sociais” (ALZAMORA; RODRIGUES, 2014, p. 5).

Alzamora, Rodrigues e Utsch (2014, p. 44) se apoiam na noção de hiperdispositivo de Carlón (2010) para qualificar os efeitos de potencialização e singularização resultantes do acoplamento entre os dispositivos *on* e *off-line*, “cujo efeito blow up interferiu no curso dos acontecimentos”.

Embora não tenha partido dos dispositivos de Foucault, Carlón (2004) utilizou o termo hiperdispositivo para explicitar o processo de transmissões ao vivo na televisão, no qual o papel dos recursos tecnológicos e o posicionamento de câmeras no conteúdo e mensagem desse meio acabam promovendo o apagamento da figura do diretor. Carlón constata a presença de um “hiperdispositivo” a partir da interferência das transmissões no curso dos acontecimentos televisionados.

Para ele, o “hiperdispositivo é a articulação de dispositivos que permite gerar um efeito de *blow-up*.” (CARLÓN, 2004, p. 77). O efeito *blow up* seria uma potencialização da mensagem pelo hiperdispositivo. Para esse autor, a maximização da visibilidade midiática gerada pelo efeito *blow up* promoveria a interferência no curso dos acontecimentos, uma vez que os meios constroem a realidade que buscam refletir.

A partir, portanto, da proposta de Carlón (2004), na perspectiva de Alzamora, Rodrigues e Utsch (2014), propomo-nos a pensar um hiperdispositivo enquanto um atlas de leitura das relações engendradas nos processos de convergência de mídias.

1.5 HIPERDISPOSITIVO COMO ATLAS

O que conformaria, portanto, a noção de hiperdispositivo aqui proposta?

A noção de dispositivo foi pensada por Michel Foucault na década de 1970, quando a lógica verticalizada das mídias de massa estava em seu auge, estabilizada na conformação dos pactos de relacionamento entre telespectadores e emissoras, no qual as mídias tradicionais pautavam os tempos, espaços e padrões visuais por meio da programação (JOST, 2010). As possíveis “conversas” entre as partes se davam por meio de telefone, cartas, participação em programas de auditório ou pesquisas genéricas de audiência.

Ainda que os fundamentos de sua obra permaneçam potentes na compreensão dos processos contemporâneos de comunicação, defendemos a necessidade de pensar a convergência de mídias (JENKINS, 2006) enquanto um acoplamento de dispositivos amplificados em suas

visualidades, temporalidades e territorialidades possibilitadas pelas tecnologias digitais de comunicação e em tensionamento com as lógicas midiáticas horizontalizadas.⁷⁹

Para Scolari (2008, p. 5), as mutações neotelevisivas propostas por Eco (1984) na década de 1980 se intensificaram e aceleraram no final dos anos 1990. Os gêneros se confundiram ainda mais e “o informativo terminou por diluir-se no ficcional” dos *realities shows* ou, diríamos, no universo de entretenimento dos esportes. No caso da televisão, os meios agudizaram a tendência de falar de si próprios, conformando uma metatelevisão (Carlón, 2006). Mas não apenas isso. Como vimos em Alzamora e Rodrigues (2014), as televisões falam de si: essas falas repercutem nas conexões de redes sociais e retornam a elas remixadas (MANOVICH, 2005), amplificadas por camadas de conversações plurais.

Partindo da perspectiva da ecologia das mídias⁸⁰ e de como a aparição de novas espécies modifica o conjunto, por meio de adaptações de alguns elementos e aparição de modelos híbridos, Scolari (2008) propõe o termo hipertelevisão para “definir o estado atual do dispositivo televisivo” (SCOLARI, 2008, p. 5). O conceito, alerta o autor, deve ser visto como “uma particular configuração da rede sociotécnica” e não como uma nova fase da série paleo/neotelevisão.

Esta hipertelevisão se caracterizaria, segundo Scolari (2008, p. 5), pela predominância de gêneros híbridos de ficção/realidade, pela expansão das histórias e multiplicação de programas narrativos, por múltiplos meios, em experiências transmidiáticas (JENKINS, 2006).

A estas propriedades poderíamos somar muitas outras, desde a aparição incipiente de lógicas colaborativas - nas quais os usuários participam da geração de conteúdo ou em sua distribuição online (Youtube) – até o desenvolvimento de novas formas de consumo assíncrono (TIVO) ou pela difusão da mTV (televisão móvel) (SCOLARI, 2008, p. 6).

Essa “promiscuidade midiática”, enriquecida pelas experiências interativas, tensiona o ecossistema midiático, obrigando a uma adaptação.

⁷⁹ Apontamentos durante observações dos professores Elton Antunes e Regina Helena Silva na sessão de qualificação deste trabalho em 25 de fevereiro de 2015.

⁸⁰ Perspectiva relacionada com a teoria materialista da comunicação e caudatária dos aportes da Escola de Toronto (McLuhan, Innis, Postman), a ecologia das mídias estuda os meios de comunicação como ambientes da ação humana, uma perspectiva que inclui as dimensões materiais, históricas, econômicas e interacionais dos processos comunicacionais, apresentando-se como um aporte teórico promissor para o estudo de fenômenos do campo da comunicação (BRAGA, 2008, p. 1).

Neste contexto, a televisão – um meio que, assim como a imprensa, vê com temor como as novas gerações a abandonam a favor de outras experiências midiáticas – deve transformar-se e adaptar-se para sobreviver. Entre outras palavras, a televisão deve simular o que não é: um meio interativo (SCOLARI, 2008, p. 7).

A referida simulação, defende o autor, se dá por meio de artifícios como as multitelas, relatos transmidiáticos e multiplicação de programas narrativos. A hipertelevisão, defende Scolari (2008, p. 7), responderia aos “hiperleitores, videogadores aos televidentes formados em uma navegação dentro de entornos interativos”.

Embora concordemos com Scolari (2008) sobre o surgimento de uma nova audiência e as simulações desenvolvidas pelo aparato televisivo, questionamos a ausência, em sua teoria, de outros atravessamentos, tão ou mais potentes, na conformação da hipertelevisão.

No nosso modo de ver, as opções do aparato televisivo estão envoltas em um feixe mais complexo de relações do que os contratos da audiência com os teletextos. Como já afirmamos em outras ocasiões, em uma mesma empresa, como a BBC, coexistem modelos de narrativas transmídia, como o seriado *Dr. Who*, e produções lineares como *Black Mirror*, cuja inovação está no conteúdo, não na forma de compartilhamento multitelas e na participação. Nas coberturas de megaeventos, podemos testemunhar atitudes diferenciadas de uma mesma emissora, a depender das transversalidades em jogo. Essa diversidade pode ser compreendida em parte pelo comportamento da audiência, como propõe Scolari (2008), mas precisa considerar outras dinâmicas.

Se o contexto sociocomunicacional contemporâneo está caracterizado por um enfrentamento entre ideais de verticalidade característicos da cultura de massa e de horizontalidade peculiares às lógicas de compartilhamento, tensionado por conexões *on* e *off-line*, o acoplamento de dispositivos se amplifica, as curvas de visibilidade e de enunciação se espraiam multiplicadas e o tecido multilinear se expande assim como as relações de saber e poder.

É nesse sentido que esta tese propõe o hiperdispositivo enquanto um atlas para orientar a leitura desse complexo ambiente contemporâneo de convergência midiática, no qual está inserido o dispositivo televisivo.

Apoiado em Eco (1979), Scolari (2008) justifica o uso do prefixo *hiper* em conexão com uma experiência hipertextual e na forma como essa experiência conformaria um leitor diferenciado. Para Eco (1979), o texto seria um tecido entrelaçado de signos à espera do leitor que vá preencher lacunas, cada um a seu modo.

Em sua obra *Hypertext: The Convergence of Contemporary Literary Theory and Technology*, George Landow (1992) procurou conectar, segundo ele próprio, estruturalismo e pós-estruturalismo ao emergente “universo hiper” característico do ambiente digital. Além do hipertexto, de Nelson (1990), o universo hiper inclui, hoje, termos como hipermídia, hipermediação (SCOLARI, 2008), hiperaudiência (MAESTRI, 2010).

Nessa obra e em outras que se seguiram, Landow (1992) se baseia em teóricos como Jacques Derrida, Roland Barthes, Gilles Deleuze e Michel Foucault para postular a tese de que o hipertexto encarna a abertura textual defendida por esses autores e permite desenvolver o conhecimento de forma não linear, não sequencial e associativa.

O *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa* (2001, p. 1534) classifica hiper- como “prefixo culto do gr. hupér (adv. e prep., origin.) ‘acima; acima de, sobre; por cima, superiormente, muito, demais, para lá de’ - morfologicamente com a raiz indo-européia *ub- (sup- e sub-) ‘movimento de baixo para cima; elevação’ /.../”.

Ao estudar o uso do prefixo hiper- no português brasileiro a partir de neologismos incorporados aos textos jornalísticos, Alves (2011) conclui que hiper- deixa de exercer uma função de “posição”, assumindo a de “excesso”, ocupando um valor de superioridade em relação a *super-* e *ultra-* e um valor de inferioridade relativamente a *mega-*.

Defendemos nesta tese a visão de que as experiências de leitura dos diversos textos em múltiplas linguagens e pesquisas possibilitadas pelo “universo hiper” são distintas daquelas características das “bibliotecas empoeiradas” a que se referia Foucault (2003). As conexões entre obras, textos, saberes e poderes encontram-se intercaladas e espessadas por camadas de algoritmos inexistentes nas décadas de 1970 e 1980, e esse espessamento interfere nas experiências temporais, espaciais e territoriais. A noção de convergência por nós defendida considera um momento agudo da midiaticização da sociedade contemporânea, na qual os limites entre dispositivos midiáticos e não midiáticos encontram-se embaçados. Com limites definidos, como ler os mapas gerados pela nossa proposta cartográfica? Se consideramos

que os mapas não são produtos neutros e apontam para determinadas construções de mundo (SEEMAN, 2003), a leitura das representações cartográficas não pode se restringir às aparências primeiras, mas deve revelar também significados construídos historicamente. Essa organização dos mapas dá-se por meio dos atlas. E um atlas só nos serve, quando atualizado. É essa atualização que pretendemos fazer em relação à noção de dispositivo foucaultiana.

Além disso, este universo hiper apresenta-se atravessado por linhas de força e fissura de uma malha conceitual que consideramos apropriada para explicar os mecanismos de acoplamento dos dispositivos esportivo, midiático e jornalístico, aqui analisados.

Assim, por hiperdispositivo nos referimos a um *atlas para leitura de um sistema polifônico de relações de saber-poder característico do contexto sociocomunicacional contemporâneo do processo de convergência de mídias, no qual dispositivos midiáticos e não midiáticos expandidos pelos movimentos em redes on-line e off-line se articulam para promover o espessamento (ou rareamento), a exposição (ou apagamento) de linhas de força e fuga que lhe configuram e atravessam, promovendo rearticulações nas curvas de visibilidade e de enunciação dos dispositivos em regime de acoplamento.*

Fechamos este capítulo com o que pode ser considerado nosso mapa de percurso (Gráfico 4):

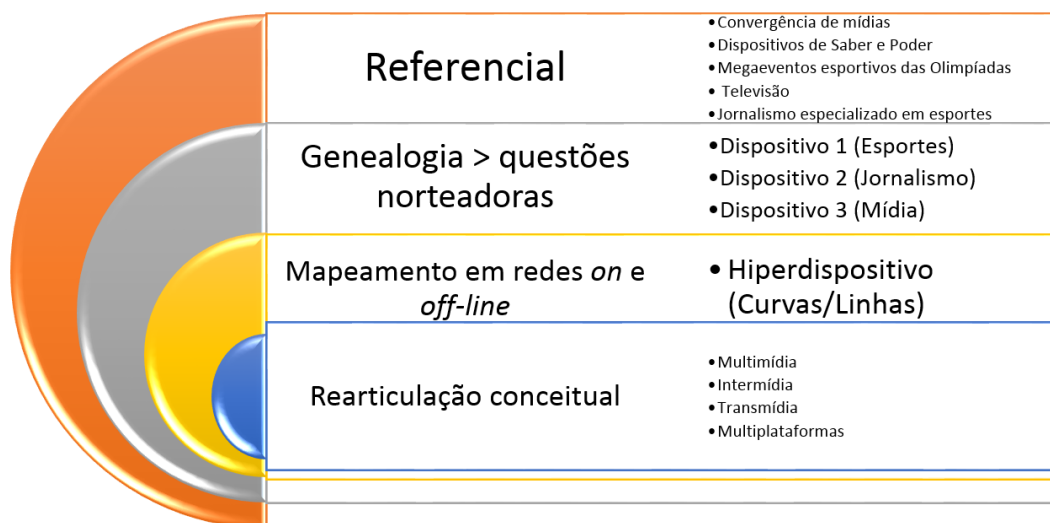


Gráfico 4: Percurso de pesquisa.
Fonte: Autoria própria.

Em resumo: a partir do nosso referencial teórico sobre dispositivos e suas relações de saber-poder constituídas por discursos em rede, tendo como base a televisão (cap. 1), por meio da

compreensão dos dispositivos esportivo, jornalístico e midiático (cap. 2), apontaremos genealogicamente os nódulos conectores e constituintes de um hiperdispositivo (cap. 3). Seu mapeamento será feito no capítulo 4 ao desvelarmos as curvas e as linhas que constituíram as estratégias de cobertura dos Jogos Olímpicos de Verão 2012 pela BBC, revelando uma cartografia a ser lida a partir do atlas aqui proposto, de maneira a contribuir para a compreensão dos processos da comunicação contemporânea. A conjugação dessas abordagens analíticas nos possibilitará analisar *de que forma e em que medida o hiperdispositivo convergência de mídias interferiu na cobertura do megaevento esportivo Jogos Olímpicos de Verão em 2012 pela BBC*, o que nos permitirá também repensar a rede conceitual que conforma essas relações.

CAPÍTULO 2 ESPORTE, MÍDIA E JORNALISMO NO CONTEXTO OLÍMPICO

Pensar a convergência de mídias enquanto um hiperdispositivo significa desvelar as linhas de força que movimentam um conjunto de dispositivos circunstancialmente acoplados e reconhecer suas estratégias de constituição, manutenção e consolidação ou recomposição das relações de poder e saber, procurando identificar fendas e possíveis brechas em seu permanente estado de movimento. Nesta tese, tomamos como referência o megaevento esportivo Jogos Olímpicos de Verão enquanto um amálgama nas relações entre esportes, mídia e jornalismo. Neste capítulo, buscamos discutir esses três dispositivos heterogêneos e evidenciar seus pontos de conexão, linhas de força ou de sedimentação e de fuga ou de fissura. Também procuramos compreender o que se reconhece como megaeventos no campo dos saberes e o que o Movimento Olímpico diz de si em seus enunciados. A partir desse reconhecimento, no próximo capítulo analisaremos genealógica e dinamicamente a dinâmica dessas conexões, constituindo pistas para nossa cartografia no capítulo 4.

2.1 PROCESSOS DE ESPORTIZAÇÃO

As curvas de visibilidade olímpica e seu poder global foram iluminados em 2014 pela decisão unânime da Organização das Nações Unidas (ONU) de reconhecer “a independência e autonomia dos esportes e do IOC”, em suporte à afirmação do presidente do Comitê Olímpico Internacional, Thomas Bach (2014, s.p.)⁸¹, de que se trata “verdadeiramente da única área da existência humana a conquistar uma lei universal”. Na prática, ainda não é possível compreender a extensão desse reconhecimento, mas reforça a necessidade de considerar e analisar o lugar de destaque do esporte na sociedade e cultura contemporâneas apontada em obras diversas (ROCHE, 2000; BILLINGS, 2009; GIRGINOV, 2014). Trata-se de um fenômeno internacional, político, econômico, social, midiático. Esportes, hoje, relacionam-se a temas como saúde, crime, violência, racismo, migração, pobreza, riqueza, honestidade, discriminação, governança, mobilidade urbana, entre outros. Basta recuperar a campanha

⁸¹ Release de The International Olympic Committee (IOC) today welcomed the historic recognition by the United Nations of the autonomy of the IOC and sport. Disponível em: <<http://www.olympic.org/news/historic-milestone-united-nations-recognises-autonomy-of-sport/240276>>. Acesso em: 20 mar. 2015.

mundial que conectou uma banana jogada em campo a uma *hashtag* - #somostodosmacacos⁸² -, em 2014, para apreender a extensão das paixões despertadas por episódios acontecidos nos estádios e replicados nos *sites* de redes sociais e na imprensa por gente comum e celebridades, não apenas do ambiente esportivo. A edição dos Jogos Olímpicos de Inverno, em Sochi, na Rússia, em 2014, foi atravessada por denúncias e debates acalorados sobre corrupção, representatividade política, terrorismo, direitos humanos, liberdade de expressão, discriminação, e chegou a ser rotulada pela imprensa ocidental como “um dos mais controversos Jogos da história.” (BOWRING, 2014, s.p.). A relação entre discórdias (FOUCAULT, 1999) e megaeventos, cujo conceito discutiremos adiante, não é fenômeno recente, mas se intensifica no mundo hiperconectado da contemporaneidade e parece ser hoje uma relevante linha de tensionamento no dispositivo esportivo/olímpico, expondo cada vez mais abertamente suas fragilidades e explicitando suas conexões diversas, inclusive com a indústria midiática e jornalística.

Em outubro de 2014, o *The New York Times*⁸³ noticiou a decisão de retirada da candidatura de Oslo como sede das Olimpíadas de Inverno em 2022, expondo fissuras importantes nesse dispositivo. Permaneceram no páreo China (Pequim) e Kazaquistão (Almaty), dois países asiáticos, quando a Ásia já tem agendadas duas outras edições olímpicas: 2018, na Coreia do Sul (Pyeongchang) e 2020, no Japão (Tóquio). Isto se configura como um desafio para o discurso e as estratégias do Comitê Olímpico Internacional, historicamente orgulhoso de sua representatividade global, agora oficialmente reconhecida pela ONU.

Essa representatividade tem sido uma das linhas de força e sustentação das organizações que administram eventos esportivos de megascale (HAYES; KARAMICHAS, 2012). O Comitê Olímpico Internacional, por exemplo, reúne 205 Comitês Nacionais (NOC). Em contraste, as Nações Unidas possuem 192 Estados membros. Tal amplitude funciona de forma simbiótica

⁸² Campanha desenvolvida pela agência de publicidade Loducca a pedido de Neymar e lançada no dia 27 de abril de 2014. A iniciativa foi tomada após o jogador Daniel Alves comer uma banana jogada em campo por um torcedor do Villarreal identificado como David Campayo Lleo, em jogo pelo Campeonato Espanhol, entre Villarreal e Barcelona, ocorrido no estádio El Madrigal, na Espanha. Neymar publicou uma foto em que ele e o filho Davi Lucca seguravam bananas, com a hashtag: #somostodosmacacos. A mensagem se espalhou pelas redes sociais e várias personalidades do esporte publicaram vídeos e fotos com conteúdo semelhante. A campanha da Loducca ganhou o Leão de Ouro no Festival de Cannes na categoria Promo (segunda maior distinção, atrás do Grand Prix) e o Leão de Prata na categoria PR (Relações Públicas).

⁸³ CLAREY, Christopher. A Winter Games Few Care to Host. *The New York Times*, 2 de outubro de 2014. Disponível em: <http://mobile.nytimes.com/2014/10/03/sports/olympics/-a-winter-games-few-care-to-host.html?smid=tw-share&_r=1&referrer>. Acesso em: 14 out. 2014.

com a indústria midiática e jornalística, em um modelo de negócios que reinou insuperável por cerca de 30 anos e agora se encontra tensionado, revelando brechas para a exposição de algumas de suas contradições e possíveis fissuras.

Mas se os dispositivos se caracterizam, segundo Foucault (1999), justamente por fazerem dos desafios plataformas de sustentação, por meio de sua absorção discursiva e preenchimento estratégico, foi possível vislumbrar um destes passos em 2010 na Austrália quando, ao custo de dois mil dólares australianos por participante, reuniram-se por dois dias, em Sydney, durante o Sports Broadcasting Summit, “tomadores de decisão de alto nível”⁸⁴ responsáveis por “discutir coletivamente o panorama evolutivo das mídias” (HUTCHINS; ROWE, 2012, p. 2, tradução nossa)⁸⁵. A preocupação principal dos representantes da cúpula esportiva e midiática mundial girou em torno dos desafios e oportunidades da internet e das mídias digitais, do processo de convergência de mídias. A ansiedade de delegados e empresários diz respeito à aliança até então próspera e inquestionável entre comitês, ligas, clubes e organizações midiáticas, na qual os direitos de transmissão dos eventos esportivos são comercializados por somas bilionárias e facilmente controláveis por meio de acordos jurídicos restritivos de exclusividade. Esse confortável e lucrativo modelo de negócios encontra-se agora ameaçado pela crescente popularidade das empresas especializadas em mídias digitais e operadores de telecomunicações nas coberturas esportivas, particularmente com o crescimento dos serviços de *streaming* pela *Web*, Internet Protocol Television (IPTV) e transmissões sem fio (HUTCHINS; ROWE, 2012), além da participação ativa de sujeitos até então distantes do universo transmissivo das emissoras e que hoje atuam ativamente por meio da publicação de textos, vídeo, áudio e fotografia em *sites* de redes sociais, notadamente Facebook, Twitter, YouTube e Instagram, numa lógica horizontalizada de comunicação característica da cultura da convergência (JENKINS, 2006).

A conexão entre esportes e o processo de convergência de mídias, em um universo no qual competem prefixos superlativos como super, mega, hiper, reflete-se de forma intrincada sobre a indústria jornalística, seu conteúdo, processos de produção e compartilhamento. Afinal, tratam-se de camadas de uma mesma malha social, agora estreitadas e fluidificadas pelas conexões em rede. Cabe-nos desvendar esse regime sócio-histórico de luzes e sombras,

⁸⁴ “top level decision makers”.

⁸⁵ “collectively discuss the evolving media landscape”.

curvas de visibilidade e linhas de força e de fuga sobre o objeto Jogos Olímpicos, com foco na edição Verão de 2012. Para isso, faz-se necessário entender o lugar dos esportes de elite, dos megaeventos e das Olimpíadas nos discursos de saber e poder do mundo contemporâneo, buscando identificar os pontos de contato e acoplamento que compõem o nosso hiperdispositivo.

Para este entendimento, recorreremos à análise do processo de esportização proposto por Elias e Dunning (1986) e Maguire (2002), elevado a “hiperesportização” pelos editores do *Catalan Journal of Communication and Cultural*, Verner Møller e Bernat López (2013), ao se referirem ao esporte profissional de elite⁸⁶ e suas conexões midiáticas como o “mais global, pervasivo, influente, e visível fenômeno social entre países, culturas e estratos sociais” (MØLLER; LÓPEZ, 2013, s.d., tradução nossa).⁸⁷ Para aqueles acadêmicos, os esportes de elite deixaram de ser uma materialidade para se transformar em uma *performance*, um fenômeno midiaticizado; como tal, tornam-se espaços ideais para expressões ideológicas, lutas culturais e políticas, como ressalta Dayan (2009). Este extravasamento, entretanto, não é novo. Encontra-se amplificado pelas diversas telas trespassadas em discursos polifônicos e plurifacetados, que percorrem o globo em minutos por meio das conexões digitais em rede e ali permanecem compondo uma memória cumulativa de ações antes paralelas e hoje constituintes do cenário esportivo, apresentando-se como importante linha de força que atravessa também as coberturas jornalísticas. Esses discursos exaltam tanto o fenômeno esportivo, quanto as lutas políticas que o acompanham e compõem a ala de frente de um hiperdispositivo complexo, no qual as relações com a mídia constituem-se como base da sustentabilidade econômica desde a década de 1990. São conexões de saber-poder-discurso que reforçam as estratégias de instituições como a Federação Internacional de Futebol (Fifa) e o Comitê Olímpico Internacional (COI), colocando-as na centralidade do debate midiático e jornalístico, conforme discutimos nesta tese.

⁸⁶ Existe amplo debate em relação ao conceito de esporte de elite e atleta de elite. Nesta pesquisa, referimo-nos a esportes e atletas que participam de megaeventos esportivos, como Copa do Mundo e Jogos Olímpicos. Discussões mais detalhadas podem ser encontradas em Swann, Moran e Piggott (2013). O trabalho dos autores, “Defining elite athletes: Issues in the study of expert performance in sport psychology”, está disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/263733650_Defining_elite_athletes_issues_in_the_study_of_expert_performance_in_sport_psychology>. Acesso em: 15 dez. 2014.

⁸⁷ “most global, pervasive, influential, and visible social phenomena across countries, cultures, and social strata”.

Da mesma maneira que nas relações de poder propostas por Foucault (1999), não existe um processo de esportização modelo. Na Grã-Bretanha, foco da nossa pesquisa⁸⁸, suas etapas estão intimamente conectadas aos hábitos da Corte, ao clima, às configurações geopolíticas e culturais. Assim, a primeira fase identificada por Elias e Dunning (1986) abrange os séculos XVII e XVIII e está representada pela transformação de vários passatempos e jogos. Foi o caso do *cricket*, caçadas, corridas de cavalo e boxe. Na segunda fase, início do século XIX, o esportismo abrange futebol, *rugby*, tênis e atletismo. Na Londres de 1856, por exemplo, segundo o jornal *The Saturday Review of Politics, Literature, Science and Art*, havia pouca diversão para as classes menos favorecidas, além dos esportes, como destaca o artigo "The Sporting Press".

Um estrangeiro que tenha visto nada além dos lugares comuns de Londres pode estar inclinado a perguntar: como o povo inglês conspira para se divertir? Há muito pouco de diversões aparente na superfície - não existem cafés, concertos baratos, não há chás de jardim - ou, se existem tais coisas nos subúrbios, é evidente que nem todos os londrinos vão aos subúrbios. [...] Deixe o estrangeiro que pretende responder a esta pergunta ler um número de *Bell's Life*, em Londres, do *Field*, ou do *Era*⁸⁹. [...] Ele vai compreender o suficiente para saber que há milhares e milhares de homens pobres, cujo interesse em um tipo ou outro de esportes ingleses é tão vívido como a encher-se todo o pequeno vazio que o trabalho diário deixa em seus pensamentos e seu tempo. [...] A estes, acrescentamos as vastas multidões que assistem ao esporte com prazer, mas não participam, e que são realizadas através de tão grande parcela da sociedade inglesa que podemos quase dizer que aqui nós temos o verdadeiro registro do que os ingleses são (THE SATURDAY REVIEW, 1856, p. 275).⁹⁰

Esse discurso de identificação cultural entre o "ser inglês" e os esportes estará, como veremos adiante, na centralidade da construção de um ambiente propício aos vários âmbitos de exploração econômica, midiática e jornalística ao longo da história, constituindo-se como uma

⁸⁸ A BBC World não possui os mesmos direitos de transmissão da BBC, o que impossibilitaria analisar o processo de convergência fora do contexto britânico.

⁸⁹ Jornais britânicos especializados em esportes. Essas publicações serão conhecidas com mais detalhes no capítulo 3.

⁹⁰ A Foreigner who has seen nothing but the ordinary sights of London might be inclined to ask how the English people contrives to amuse itself? There is very little amusement apparent on the surface – there are no cafés, no cheap concerts, no tea-gardens – or, if there are such things in the suburbs, it is evident that all London does not go into the suburbs. [...] Let the foreigner who wishes to answer this question read a number of *Bell's Life* in London, of the *Field*, or the *Era*. [...] He will comprehend enough to learn that there are thousands on thousands of poor men whose interest in one kind or other of English sports is so vivid as to fill up all the little void which daily labour leaves in their thoughts and their time. [...] Add to these the vast crowds who watch the sport with delight, but do not participate in it, and we are carried through so large of portion of English society that we may almost say that here we have the true record of what Englishmen are.

importante linha de força a conectar os dispositivos aqui analisados. Além dessas duas fases, Maguire (1999) identificou outras três, compreendendo o final do século XIX e o princípio do século XX. A terceira fase seria, para esse autor, o período em que os esportes começam a ultrapassar as fronteiras nacionais, o que nos remete ao discurso da globalização e paz mundial por meio dos esportes ao qual estão conectados.

Diversos indicadores da fase de decolagem dos processos de globalização podem ser identificados: um aumento no número de agências internacionais; o crescimento de formas cada vez mais globais de comunicação; o desenvolvimento de competições mundiais e prêmios; e o desenvolvimento de noções de direito, cidadania e humanidade que estão cada vez mais padronizados internacionalmente (MAGUIRE, 2002, p. 11, tradução nossa).⁹¹

A quarta fase estaria relacionada ao surgimento das organizações internacionais, crescimento da competição entre times nacionais, a aceitação internacional de regras desenvolvidas por instituições ocidentais e o estabelecimento de competições globais como Copa do Mundo e Olimpíadas. Nesta fase, Maguire (2002, p. 11) considera que os esportes se tornaram um “idioma global, uma forma de comunicação internacional, uma linguagem prontamente adotada e entendida ao redor do mundo”. Entretanto, não devemos nos esquecer de que também neste período, os esportes se tornam centrais em debates econômicos, políticos e sociais, muitas vezes pouco consensuais ao se conformarem enquanto plataforma de visibilidade também para manifestações e desagrvos públicos diante das câmeras de televisão.

Esse domínio do esporte ocidental não significa aceitação passiva de regulamentos. Uma mistura de usos locais com regras internacionais tem marcado a adoção de esportes nas diversas culturas, inclusive orientais, realçando uma dinâmica de intercâmbio entre local, nacional e global (MAGUIRE, 2002), no qual fica evidenciado o movimento de posicionamento político de cidades e países. “Também deve ser observado que esta fase de esportização mundial testemunhou o lento declínio dos esportes fundadores das nações.” (MAGUIRE, 2002, p. 12, tradução nossa)⁹². A quarta etapa do processo de esportização foi marcada pela

⁹¹ Several indices of the take-off phase in globalization processes can be identified: an increase in number of international agencies; the growth of increasingly global forms of communication; the development of global competitions and prizes; and the development of notions of rights, citizenship and humanity that are increasingly standardized internationally.

⁹² It should also be observed that this phase of global sportsation witnessed the slow decline of sport’s founding nation.

proeminência de desportistas não ocidentais, inclusive com antigas colônias derrotando seus colonizadores.

A quinta fase apontada por Maguire (2002) começa nos anos 1960 com o destaque de nações subdesenvolvidas ou em desenvolvimento no mundo dos esportes, principalmente no futebol, atletismo, tênis de mesa, entre outros, nos quais times e atletas africanos, asiáticos e sul-americanos começaram a se destacar. Este fenômeno foi discutido pela imprensa e teria chegado a interferir na escolha da sede das Olimpíadas de 1992, conforme destacou o repórter setorista, especializado em Olimpíadas, David Miller, no jornal inglês *The Times*, em 1985:

Tem sido dito que a senhora Thatcher vê na possibilidade de sucesso em uma tentativa britânica de sediar os Jogos como uma fonte de patriotismo unificador que, após a guerra das Malvinas, poderia, gerar recuperação nacional e política. [...] Três fatores encorajam o BOA [British Olympic Association] a pensar que possa existir uma possibilidade de vencer Barcelona e Amsterdam, atuais favoritos para 1992. [O segundo fator seria] o ressentimento de alguns países com a crescente dominação da América Latina no mundo dos esportes, o que poderia prejudicar as chances de Barcelona [...] (MILLER, 1985, p. 28, tradução nossa).⁹³

Não por coincidência, o reconhecimento desta fase está conectado às estratégias de expansão das instituições desportivas globais, com espessamento de suas curvas de visibilidade reforçados pelo aparato televisivo.

O controle das organizações desportivas internacionais e do movimento olímpico está começando, embora de forma lenta e iniciante, a escapar das mãos exclusivas do Ocidente: não ocidentais passam a deter alguns dos cargos executivos no IOC (MAGUIRE, 2002, p. 13, tradução nossa).⁹⁴

Embora destaque esse fenômeno, Maguire prefere não superestimá-lo, já que a mídia, segundo ele, acaba promovendo o que chama de “mesmice” nos esportes; por outro lado, “a

⁹³ It is being said that Mrs Thatcher sees a successful British attempt to host the Games as a source of unifying patriotism which, with our backs the wall as in the Falklands war, could generate national and thereby political uplift. [...] Three factors encourage BOA to think that there may be an outside possibility of jumping past Barcelona and Amsterdam, the present favourite for 1992. [The second factor would be] a resentment in some countries of the growing Latin American domination of world sports which could harm Barcelona's chance [...].

⁹⁴ The control of international sports organizations and the Olympic movement is beginning, although slowly and unevenly, to slip out of the exclusive hands of the Western: non-Western now holds some of the executive positions in the IOC.

economia política global que regula os fluxos globais garante que a população local não escolha livremente os produtos culturais que são consumidos” (MAGUIRE, 2002, p. 13, tradução nossa)⁹⁵.

A quinta fase envolve o que o autor chama de miscigenação da cultura esportiva com a introdução de uma pluralidade étnica no mundo dos esportes.

Quando ambas, a própria identidade nacional e as formas culturais de esporte como um todo, estão passando por um processo de pluralização, fica cada vez mais difícil sustentar a noção de que um único esporte representa a nação. O movimento global de trabalho desportivo reforçou os problemas de identidade política e multi-étnica [...] Como esses processos ganham impulso, surgem novos equilíbrios de poder e novas identidades são forjadas (MAGUIRE, 2002, p. 13, tradução nossa).⁹⁶

Apontamos uma sexta fase cujo entendimento talvez ainda não seja possível em sua totalidade: o tensionamento crescente em torno dos aspectos econômicos, políticos, culturais e sociais dos esportes, intensificados pelas conexões em redes digitais e mobilizações em escala global, relacionada intrinsecamente ao dispositivo midiático contemporâneo, compondo regimes de luz e de enunciação, variados e intensos, conforme defendemos nesta tese. A forma como esta fase atravessa de modo cada vez mais imperativo o cotidiano contemporâneo e tensiona o significado e representatividade da televisão no cenário atual pode ser exemplificada pelo que se viu em relação à causa LGBT nas Olimpíadas de Inverno de Sochi/2014 e nas reações às manifestações racistas em campo, fenômeno que toma fôlego em Barcelona, em abril de 2014, e se expande no caso Aranha⁹⁷, em agosto do mesmo ano, no Brasil. Seriam essas brechas no dispositivo esportivo, considerando-se que as agressões homofóbicas sempre ocorreram, mas nunca receberam a devida atenção de juízes, times, instituições e mídia? Ou apenas a reafirmação de um processo de *marketing* transcultural, respaldado pelos valores de união e igualdade que baseiam os discursos desse dispositivo? Ainda que as curvas de visibilidade dos megaeventos midiáticos como as Olimpíadas sempre

⁹⁵ the global political economy that regulates global flows ensures that the local people do not freely choose which cultural products are consumed

⁹⁶ When both national identity itself and the sport forms of the culture as a whole are undergoing a pluralization process, it is increasingly difficult to sustain the notion that a single sport represents the nation. The global movement of sports labour has reinforced the problems of identity politics and multi-ethnicity [...] As these processes gather momentum, new power balances have emerged and new identities have been forged.

⁹⁷ Torcedores gremistas gritaram ofensas racistas contra o goleiro Aranha, do Santos, nas oitavas de final da Copa do Brasil. Para mais informações, cf.

<http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2014/11/141125_racismo_futebol_aranha_rm>.

tenham sido palco de manifestações e tensões político-sociais, a ampliação da visibilidade e do debate público mundial em torno das ocorrências paralelas ao esporte, trazidas pelas conexões em redes sociais digitais, sugere, a nosso ver, uma linha de tensão relevante e que merecerá nossa atenção ao longo desta pesquisa. Essas diferenças influenciam em toda a cadeia político-econômica de um evento e também na sua cobertura jornalística televisiva, delimitando a complexidade desse fenômeno (PREUSS, 2007) acoplado ao prefixo mega. Procuraremos compreender isso na sequência.

2.2 A LÓGICA PRODUTIVA DO MEGA E SUAS CURVAS DE VISIBILIDADE

Como temos ressaltado, complexidade e contradições são marcas históricas do fenômeno olímpico (MORAGAS SPA, 1991,1998, 1999; HAYES; KARAMICHAS, 2012; GIRGINOV, 2014). Suas múltiplas implicações estão refletidas nos processos de comunicação em seu entorno (MORAGAS SPA, 1991, 1998, 1999; FREW, 2013; BOYLE; HAYNES, 2014; MIAH, 2014; BILLINGS, 2008; BILLINGS; HARDIN, 2014). Para compreendê-los é preciso considerar vários e amplos cenários em que os Jogos Olímpicos de Verão são constituídos.

É necessário também resgatar a genealogia do Olimpismo, “entrevistá-lo” (FOUCAULT, 1996) e analisá-lo como um fenômeno multifacetado, composto por fatores socioculturais, econômicos, políticos, ideológicos, tecnológicos e midiáticos; desvendar as linhas de força e as relações de poder que compõem esse emaranhado de conexões cada vez mais intrincadas.

Entender o cenário no qual os Jogos Olímpicos acontecem, na era moderna, exige considerar o fenômeno em seus aspectos fluidos e mutantes já que a cada quatro anos as conjunturas mostram suas faces, nem sempre novas, mas regularmente apresentadas em sua vertente de visibilidade e enunciação evolutiva. Da mesma forma, constituem-se os indivíduos responsáveis por transmiti-los ao mundo, enquanto episódio midiático e acontecimento jornalístico. Este se apresenta como um dos grandes paradoxos desse dispositivo: suas regras e restrições, linhas de visibilidade e brechas, se misturam e entrecruzam constituindo variações, mas não mutações significativas. Olimpismo pode ser uma filosofia⁹⁸, mas também

⁹⁸ Olimpismo é uma filosofia de vida que exalta e combina, em um conjunto equilibrado, as qualidades do corpo, vontade e mente. Misturando esporte com cultura e educação, o Olimpismo procura criar um modo de vida baseado na alegria do esforço, o valor educacional do bom exemplo e respeito pelos princípios éticos fundamentais e universais. (Carta Olímpica)

um comércio (BARNEY; WENN; MARTYN, 2002). Um negócio milionário no cerne das transformações de cidades e sujeitos (ROCHE, 2000; GETZ, 2012). Tudo parece exacerbado no ambiente olímpico. E assim também se apresenta sua cobertura midiática e jornalística que nos propomos a desvelar.

Esse desvelamento passa pela compreensão dos megaeventos, a começar pelo seu cerne, os eventos, particularmente, nesta pesquisa, os eventos planejados. Há várias abordagens possíveis para desvendar a lógica das relações cíclicas que constituem o universo dos eventos esportivos. Getz (2012) e Horne (2012) estudam os eventos a partir da perspectiva da produção. Getz parte dos Event Studies e propõe pensá-los por meio do acrônimo PEST (População e Políticas, Economia e Meio Ambiente, Sociedade e Cultura, Tecnologias). Já Horne (2012) estuda os fenômenos esportivos a partir de 4 Cs: Capitalismo, Conexões, Cidadania e Contradições. Finkel *et al.* (2013) sugerem doze abordagens possíveis para o estudo dos eventos: desenvolvimento comunitário, capital social, voluntariado, motivações, sexualidades, economia, administração, turismo, espetáculo midiático, agendas políticas, consciência ambiental e tecnologias. Os estudos comunicacionais abordam os eventos com base na conexão entre comunicação e mídia.

Uma busca pelo termo *evento* na internet retorna sua aplicação em várias áreas como computação, matemática, física ou tecnologia. Enquanto discussão filosófica, levanta vários debates em relação à sua singularidade, linguística e estrutura. Partiremos da definição de evento enquanto fenômeno social, que “acontece em locais e horários específicos e, portanto, são ocorrências irrepetíveis.” (KALDIS, 2013, p. 291, tradução nossa)⁹⁹. Como destaca Getz (2007, p. 18), um evento só acontece uma vez. “Não importa o quanto se tente, é literalmente impossível replicar um evento”¹⁰⁰. Dessa forma, quando assistimos aos Jogos Olímpicos de Verão ou de Inverno, a cada dois anos, ainda que existam várias regras para sua organização, e o Comitê Olímpico procure, insistentemente, constituir um padrão por meio de dezenas de manuais, eles nunca serão os mesmos e isso vale também para as estratégias de cobertura jornalística. Embora continuem os mesmos em essência, as variações atendem demandas conjunturais e políticas específicas de cada país, em acordos baseados nas regras das entidades organizadoras, pouco questionadas oficialmente pelos países que os sediam.

⁹⁹ Occur at specified places and times and, hence, are unrepeatable occurrences.

¹⁰⁰ No matter how hard one tries, it is literally impossible to replicate an event.

Ainda que falemos de eventos com similar formato, alguns aspectos como instalações, pessoas e programações sofrem variações.

Não só isso, mas as expectativas, humores e atitudes dos convidados e participantes serão sempre novos, por isso suas experiências serão diferentes, independentemente do programa e configuração. Esta singularidade dos eventos os torna atraentes, e mesmo convincentes, de modo que construir a imagem de 'experiência única na vida' passa a ser o objetivo dos seus promotores (GETZ, 2012, p. 37, tradução nossa).¹⁰¹

Outro aspecto importante no estudo dos eventos são os conceitos de tempo e temporalidade, linha de força relevante na conexão entre esportes, mídias e jornalismo, principalmente em contexto convergente. Eventos são fenômenos temporais, com começo e fim; entretanto, a experiência, a vivência de um evento começa antes do seu início e, dependendo da percepção subjetiva, pode nunca terminar, como é a proposta de legado dos Jogos Olímpicos, ou os protestos em seu entorno, observados no Brasil, antes e depois da Copa das Confederações de 2013 e da Copa do Mundo em 2014. Em abril de 2015, a Rede Globo de Televisão já começou a apresentar reportagens, como forma de expandir a atenção midiática das Olimpíadas de 2016 no Brasil. Silva e Ziviani (s.d) explicam este fenômeno por meio do atravessamento de várias temporalidades que possibilitam tensões ao tentarem instalar dinâmicas de aceleração ou desaceleração do tempo de determinada localidade, gerando insatisfação e protestos, como veremos no próximo capítulo.

Neste aspecto, os estudos tratam dos chamados eventos planejados, entendidos como

[...] planejados em detalhes e bem divulgados com antecedência. Eventos planejados também são normalmente confinados a determinados locais, embora o espaço envolvido possa ser uma instalação específica, um grande espaço aberto, ou vários locais simultaneamente ou em sequência (GETZ, 2012, p. 37, tradução nossa).¹⁰²

O evento planejado chega a ser inclusive fator ordenador e ranqueador entre os eventos esportivos (HORNE, 2012) quando pensado linearmente, recurso estratégico recorrente no universo esportivo e também na imprensa. Aqueles que o autor identifica como de "ordem

¹⁰¹ Not only that, but the expectations, moods and attitudes of guests and participants will always be new, so their experiences will differ regardless of the program and setting. This uniqueness of events makes them attractive, even compelling, so that cultivating a 'once in a lifetime' image for an event is the marketer's goal.

¹⁰² [...] planned in detail and well publicized in advance. Planned events are also usually confined to particular places, although the space involved might be a specific facility, a very large open space, or many locations simultaneously or in sequence.

inferior" (*lower order*), em termos de tamanho da audiência, estão sendo acomodados em função do ritmo dos eventos de "ordem superior" (*higher order*). Por exemplo, os Jogos de Inverno ocorridos em 1992 e 1994 e o Campeonato Asiático de Futebol em 2004 e 2007, mudaram seus calendários para se ajustarem a um novo ciclo e evitar congestionamento com os eventos de maior porte, o que poderia comprometer audiência e resultados financeiros não apenas dos organizadores, mas das emissoras associadas. O horário de realização de provas em eventos de grande visibilidade tem sido, há vários anos, negociado com os canais de televisão. Nas Olimpíadas, o processo de midiaticização incluiu historicamente negociações nesse sentido. O protesto #NBCFail nas Olimpíadas de 2012, citado no capítulo anterior, mostra a força das temporalidades diferidas¹⁰³ (WEISSBERG, 2004) nesse dispositivo e será abordada no capítulo 3.

Eventos planejados são classificados ainda em relação ao seu tamanho, suas características ou objetivos (SHONE; PARRY, 2004; BOWDING *et al.*, 2012; GETZ, 2012). Do ponto de vista da sua promoção, Getz (2012) considera seis categorias principais:

- **Celebrações culturais:** festivais, comemorações históricas, carnavais, datas religiosas, desfiles, peregrinações;
- **Negócios e comércio:** reuniões e convenções, feiras e exposições, mercados, eventos corporativos, congressos científicos ou educacionais;
- **Artes e animação:** concertos agendados, *shows*, teatro, exposições de arte, instalações e artes temporárias, cerimônias de premiação;
- **Esporte e lazer:** ligas, campeonatos, excursões, eventos divertidos, festivais esportivos;
- **Políticos e Estado:** cúpulas, espetáculos monárquicos, visitas cerimoniais, paradas militares, congressos políticos;
- **Funções particulares:** os ritos de passagem, festas, reuniões, casamentos.

¹⁰³ "A temporalidade do 'direto' - o tempo real - depara-se com a do tempo diferido no bojo dos mais recentes aplicativos que aliam o uso local ao recurso às redes informáticas. Os processos de misturas temporais complexificam-se; por isso, sem que se possa pressentir uma forma dominante que revelaria a fórmula quimicamente pura da temporalidade das teletecnologias" (WEISSBERG, 2004, p. 135).

A classificação acima resulta de uma lógica própria dos saberes que fundamentam a organização dos eventos. Embora não seja nosso enfoque, é possível visualizar cada uma dessas categorias como dispositivos com características e relações específicas. No Brasil, o exemplo mais visível é o do carnaval, um evento acoplado visceralmente aos dispositivos midiático e jornalístico, como espetáculo midiático. Na Grã-Bretanha, as celebrações e espetáculos monárquicos, como o centenário da Rainha em 2011, recebem atenção especial da imprensa.

Eventos planejados como esses, principalmente aqueles com maior representatividade em cada cultura, costumam ser objetos de controles e restrições rigorosos, disciplinamento, nos dizeres de Foucault, como forma de zelar pelo conceito, pela marca e pelos interesses das partes envolvidas. Trata-se de um universo único cujas linhas de força e poder transparecem especialmente nas relações com o universo simbólico das notícias. Relacioná-los com convergência de mídias revela-se, bem como o próprio evento, um embate permanente entre obediência e autoridade, liberdade e censura, ganhos e perdas. Nesse aspecto, poucas ocasiões nos permitem analisar comparativa e historicamente as linhas de força de dispositivos em circunstância de acoplamento, por seu caráter cíclico.

Por ora, após conceituarmos evento, e restringirmos nossos estudos aos eventos esportivos planejados, cabe-nos questionar o que os leva à categoria de mega. Seu tamanho, sua audiência, sua configuração, sua localização geográfica, seu apelo às multidões? Essas questões são colocadas por Gratton *et al.* (2006) em uma abordagem sociológica e econômica ao estudarem as despesas com megaeventos esportivos na Grã-Bretanha nos anos 2000. Neste caso, os autores utilizaram como critério de seleção dos eventos analisados o fato de passarem por processo de licitação para escolha da cidade-sede (*bidding*). Uma outra medida poderia ser sua audiência televisiva. Mas também pode ser seu apelo publicitário e jornalístico ou seu potencial para interferir e modificar um determinado espaço físico e suas rotinas. Para Spilling (1996, p. 323, tradução nossa)¹⁰⁴, o que caracterizaria um megaevento, no século XX, "é que geralmente atrai um grande número de pessoas, por exemplo, mais de 100.000, envolve investimentos significativos e cria uma grande demanda por uma gama de serviços associados.". Entretanto, considerar um número tão específico sem levar em conta outros

¹⁰⁴ [...] is that generally attracts a large number of people, for instance more than 100,000, involves significant investments and creates a large demand for a range of associated services.

aspectos relevantes como regimes de visibilidade, territorialidades e temporalidades, que permitam contextualizá-lo criticamente, parece-nos limitador, uma vez que esses fatores podem caracterizar e diferenciar eventos semelhantes.

Na definição proposta por Maurice Roche (2000, p. 1, tradução nossa)¹⁰⁵, e adotada em muitos estudos (GETZ, 2008; CLOSE, 2010; PANAGIOTOPOULOU, 2012; TOMLINSON, 2014), megaeventos são “eventos de grande escala cultural (incluindo comerciais e desportivos), que têm um caráter dramático, apelo popular de massa e importância internacional.”. A esses aspectos, Horne (2012, p. 33, tradução nossa)¹⁰⁶ acrescenta dois outros que, segundo ele, definem os megaeventos esportivos contemporâneos como as Olimpíadas: “são considerados como tendo consequências sociais, políticas, econômicas e ideológicas altamente significativas para a cidade-sede, região ou país em que ocorrem, e, segundo, que eles vão atrair considerável cobertura da mídia.”. Poderíamos acrescentar, levando em conta o estágio atual de convergência de mídias, que atraem também - e cada vez mais - considerável atenção e cobertura não oficial, além de comentários e conversações várias em seu entorno, dentro da lógica comunicacional do compartilhamento.

Nesse discurso de Horne (2012), encontramos mais uma linha de força que ultrapassa o dispositivo esportivo e o conecta ao dispositivo midiático/jornalístico. Um megaevento não mediado, na visão desse autor, seria uma contradição na contemporaneidade. Desta forma, esportes, carnavais, eventos monárquicos e aqueles com apelo às mídias acabam por suplantarem historicamente outros eventos que já estiveram intimamente conectados às Olimpíadas como feiras e exposições. A batalha permanente em torno da imagem de um evento e como será lembrado posteriormente ganha relevância, com altos investimentos por parte dos agentes promotores.

2.3 MEGAEVENTOS MIDIÁTICOS GLOBAIS

Sob o ponto de vista dos estudos comunicacionais, o interesse pelos eventos, especialmente os de grandes proporções, teve início por volta de 1945, no âmbito das pesquisas

¹⁰⁵ Large scale cultural (including commercial and sporting) events, which have a dramatic character, mass popular appeal and international significance.

¹⁰⁶ they are deemed to have highly significant social, political, economic and ideological consequences for the host city, region or nation in which they occur, and second, that they will attract considerable media coverage.

interdisciplinares sobre comunicação e mídia. O livro *Media Events: the life broadcasting of history*, de Daniel Dayan e Elihu Katz, de 1992, tornou-se obra referencial por esta época ao tratar eventos como interrupção da rotina, capazes de mobilizar a mídia com a transmissão em vários canais e programas ao vivo, de forma planejada e organizada.

Os autores partem dos três tipos ideais de autoridade propostos por Max Weber (racional-legal, tradicional e carismático) para propor três tipos básicos de eventos midiáticos. Os **Contest**, nos quais se incluem as Olimpíadas, referem-se a eventos cíclicos de mídia, promovidos sob regras predeterminadas, em uma arena ou estádio, competição pessoa-pessoa, marcados pelo drama do “quem será o vencedor”, transmitidos de forma apartidária, para uma audiência organizada em torno da autoridade e focados no presente.

O segundo tipo de evento midiático foi chamado pelos autores de **Conquest**, como a transmissão da chegada do homem à lua. Opera como um evento midiático único, sem regras estabelecidas, com um herói atuando além das leis, marcado pelo drama “ele conseguirá?”, apresentado para uma audiência de testemunhas, organizado ao redor de uma autoridade carismática, focado no futuro.

O terceiro tipo identificado pelos autores é o **Coronation**, incluindo aí a categoria funerais. Não é um evento midiático fixo, mas recorrente, que tem como base a tradição e os espaços públicos, marcados pelo drama “o ritual será um sucesso?”. Foca-se o passado e renovam-se os laços de autoridade tradicionais.

Para estes autores, os eventos midiáticos, enquanto formas de rituais, se tornariam uma força de integração social bastante condizente com os princípios do Olimpismo:

Durante os momentos liminares [de eventos midiáticos], totalidade e simultaneidade e desvinculação, organizadores e emissoras ressoam juntos; canais concorrentes se fundem num só; telespectadores se apresentam ao mesmo tempo em todos os lugares. Todos os olhos estão fixos no centro cerimonial, através do qual cada célula nuclear está ligada a todo o resto. A integração social da mais alta ordem é assim obtida através de comunicação de massa (DAYAN; KATZ, 1992, p. 15, tradução nossa).¹⁰⁷

¹⁰⁷ During the liminal moments [of media events], totality and simultaneity and unbound, organizers and broadcasters resonate together; competing channels merge into one; viewers present themselves at the same time in every place. All eyes are fixed on the ceremonial centre, through which each nuclear cell is connected to all the rest. Social integration of the highest order is thus achieved via mass communication.

Além disso, os eventos midiáticos tornavam-se relevantes no período pré-internet na medida em que agregavam uma sociedade nacional dispersa, por exemplo, quando grupos se reuniam em frente à televisão para assistir às transmissões das Olimpíadas. Não à toa, foi neste contexto que o modelo de sustentação econômica dos Jogos Olímpicos passou a basear-se na venda dos direitos de transmissão das imagens pelas emissoras parceiras. Porém, cabe-nos questionar o fato de esses autores se apoiarem numa proposta de linearidade histórica criticada por Foucault, ao considerarem interesses comuns e inquestionáveis entre organizadores, emissoras e audiência. Estariam eles assim tão alinhados? Poderíamos considerar toda a mídia e sociedade nesta afirmação?

Essas questões são respondidas, em parte, na crítica de Hepp e Couldry (2010) às limitações dessa abordagem por considerarem não haver sentido em analisar um evento midiático como unificador, pois seria como partir do princípio de que a sociedade é estável e marcada por um conjunto de valores compartilhados, especialmente quando se trata da fragmentada sociedade pós-moderna. A crítica se reforça ao expandirmos os eventos midiáticos para a escala global. “Quando consideramos eventos como as Olimpíadas, é óbvio que eles são mediados de formas diferentes, dependendo da região e da nação onde se vive [...]” (HEPP; COULDRY, 2010, p. 5), conformando-se como a expressão das relações hegemônicas e de poder específicas de cada sociedade, ainda que articuladas ao espetáculo central e seus rituais.

Outro discurso recorrente no universo dos saberes relacionados às Olimpíadas enquanto megaevento midiático global está representado nos estudos de Best e Kellner (2003), ao se referirem aos Jogos Olímpicos como Eventos Midiáticos Espetaculares.

Espectáculos midiáticos estão organizados em torno do ‘consumo de imagens, mercadorias’ como parte do vasto aparato técnico e institucional do capitalismo contemporâneo, [e] de todos os meios e métodos de poder empregados fora da força direta, para relegar sujeitos passivos à manipulação social e para obscurecer a natureza e os efeitos da privação de poder do capitalismo (BEST; KELLNER, 1997, p. 4, tradução nossa).¹⁰⁸

¹⁰⁸ Media Spectacles are organized around ‘the consumption of images, commodities’ as part of the vast institutional and technical apparatus of contemporary capitalism, [and] all the means and methods power employs outside of direct force, to relegate subjects passive to social manipulation and to obscure the nature and effects of capitalism power’s deprivation.

Em busca de uma atualização da teoria de Dayan e Katz (1992) com foco na globalização e ultrapassando a proposta original dos eventos midiáticos enquanto foco de integração, Hepp e Couldry (2010, p. 10) propõem repensar e estender as aproximações originais em torno dos rituais midiáticos por meio da ideia de “adensamento das culturas de mídia globalizadas”.

Eventos de mídia são certas *performances* centradas, espessadas, localizadas, de comunicação mediada que estão focados em um núcleo temático específico, atravessando diferentes produtos de mídia e chegando a uma ampla e diversificada multiplicidade de públicos e participantes (HEPP; COULDRY, 2010, p. 12, tradução nossa).¹⁰⁹

Como “*performances* centradas”, os autores referem-se às formas variadas de ação comunicativa (chamadas de cenários, na definição original de Dayan e Katz), articuladas em dois sentidos: o tema principal do evento e a entidade que o constrói. Enquanto linhas de poder, esses eventos devem ser analisados de forma crítica, considerando os atores sociais envolvidos, cujos interesses estão focalizados na construção de uma realidade específica, com discursos de manutenção de poder, ainda que por caminhos contraditórios (HEPP; COULDRY, 2010). Por isso e pelas características únicas e incertas de cada evento, eles devem ser considerados cuidadosamente, tanto a partir de sua *performance* central quanto em relação à apropriação pela audiência e pelos públicos diversos.

Desta forma, considerando a internet e outras formas de conexões globais contemporâneas, as Olimpíadas e outros megaeventos seriam compreendidos por esses autores como

Fenômenos transculturais, faz sentido entendê-los como espessamentos de meios de comunicação, produzidos não só pelos meios de comunicação de massa (televisão, rádio), mas também pela Internet e outras mídias digitais, abrangendo diferentes formas de “quase-interação mediada” (por exemplo, www, Blog-jornalismo) e “interação mediada” (por exemplo, *chats*, discussão *on-line*) do evento (HEPP; COULDRY, 2010, p. 11, tradução nossa).¹¹⁰

Em artigo mais recente, Dayan (2010) defende a atualidade de quatro aspectos da sua teoria dos anos 1990: (1) Ênfase (omnipresença dos eventos transmitidos); (2) Performatividade (seu

¹⁰⁹ Media events are certain situated thickened, centering performances of mediated communication that are focused on a specific thematic core, cross different media products and reach a wide and diverse multiplicity of audiences and participants.

¹¹⁰ Transcultural phenomena, it sense to understand them as thickenings of media communication, produced not only by the mass media (television, radio) but also by the Internet and other digital media, covering different forms of ‘mediated quasi-interaction’ (e.g. www, blog-journalism) and ‘mediated interaction’ (e.g. chats, online discussion) of the event.

caráter construtivo de realidades); (3) Lealdade (aceitação dos eventos como propostos por seus organizadores) e (4) Experiência Compartilhada (construção ou reconstrução de um “nós” na recepção).

Outro aspecto importante a ser realçado é a visibilidade, em três sentidos: 1) em relação ao alcance global dos megaeventos midiáticos e o que este alcance significa para as cidades-sede; 2) em relação à disciplina imposta pelo Comitê Olímpico Internacional com base no uso de suas marcas e símbolos; e 3) em relação ao uso das imagens na contemporaneidade, por parte dos indivíduos, desafio cada vez maior ao projeto de cerceamento visual imposto pelos regimentos olímpicos.

Por se tratar de um projeto de curta duração e com significativo impacto social, esses eventos planejados são acompanhados de sofisticadas estratégias de comunicação, de formas a garantir uma imagem midiática positiva, temporal e territorialmente expandida. Além disso, está em jogo a visibilidade da cidade e do país que hospedam os eventos, como destaca Hutchison:

Visibilidade global às vezes é alcançada por meio da organização de megaeventos e, portanto, o conceito *cross*-nacional tem sido aplicado em estudos de desenvolvimento urbano e, mais especificamente, no impacto de megaeventos sobre o desenvolvimento urbano. Megaeventos, como as Olimpíadas e feiras mundiais, são tipicamente eventos de curta duração e de alto perfil destinados a terem um impacto significativo sobre a esfera urbana. Eles têm um impacto sobre as prioridades e nas discussões sobre os melhores usos das instalações. [...] Megaeventos, como as estratégias pró-crescimento defendidas pelas elites políticas e econômicas, podem ser menos importantes como eventos de bases do que como símbolos ou catalisadores de melhoria econômica e prosperidade potencial (HUTCHISON, 2009, p. 331, tradução nossa).¹¹¹

Silva, Ziviani e Madeira (2014), ao tratarem os megaeventos como “arenas”, os destacam como “instrumentos privilegiados de comunicação e difusão simbólica em escala mundial”. Nesse sentido, segundo esses autores, campanhas publicitárias relacionadas às suas

¹¹¹ Global visibility is sometimes achieved by the organization of mega-events and thus another cross-national application of the concept has been in studies of urban development and more specifically the impact of mega-events on urban development. Mega-events such as the Olympics and world fairs are typically short-term and high-profile events aimed at having a significant impact on the urban realm. They have an impact on policy priorities and discussions about best uses of facilities. [...] Mega-events, as pro-growth strategies advocated by political and economic elites, may be less important as events at the grass roots than as symbols or catalysts of economic improvement and potencial prosperity.

estratégias de visibilidade “visam moldar uma imagem do país, ao representar e encenar uma nação imaginada que faça sentido tanto para o público interno (brasileiros), quanto para o público externo (turistas em potencial).” (SILVA; ZIVIANI; MADEIRA, 2014, p. 1).

Nos dizeres de Foucault em sua “genealogia da alma moderna” (1987, p. 31), essas estratégias de visibilidade coincidem com as instituições disciplinares, que encontram seu modelo ideal no Panóptico¹¹², máquinas de ver que produzem modos de ser, todo um jogo de olhares e uma “arte obscura da luz e do visível” (FOUCAULT, 1987, p. 154). Aí reside uma das principais características da tecnologia disciplinar e sua diferença frente ao modelo de poder que a precede, baseado na soberania: a inversão do foco de visibilidade no exercício do poder, passando daqueles que o exercem para aqueles sobre os quais o poder é exercido.

A marca da visibilidade midiática, entendida por Foucault (1987) como o regime de luz de cada época, está inscrita nas relações de força basilares dos dispositivos aqui estudados. Em nossa concepção, compreender essa relação demanda analisar historicamente processos que, embora caminhem de forma simbiótica, também apresentam tensionamentos e fissuras inclusive em torno das características propostas por Dayan (2010). Esses tensionamentos e disputas econômicas, políticas, sociais e simbólicas seriam parte de um dispositivo maior: as mídias em processo convergente.

Thompson (2008, p. 15) aborda o que chama de “novo mundo de uma visibilidade mediada”, no qual “as ações e os acontecimentos [são] cada vez mais difíceis de serem controlados”. Para esse autor, o descontrole não é apenas uma falha de sistema, mas “uma estratégia explícita por parte daqueles que bem sabem ser a visibilidade mediada uma arma possível no enfrentamento das lutas diárias” (THOMPSON, 2008, p. 16). Segundo esse autor, o nascimento da internet e de outras tecnologias digitais teria amplificado a importância das novas formas de visibilidade criadas pela mídia, tornando-as, ao mesmo tempo, mais complexas, aumentando o fluxo de conteúdo audiovisual e permitindo a um número maior de indivíduos criar e disseminar esse tipo de conteúdo.

¹¹² O conceito de panóptico, de Jeremy Bentham, foi utilizado por Michel Foucault em seu livro *Vigiar e punir*. Trata-se da vigilância e da ênfase nas mudanças e rupturas fundamentais que, presumivelmente, ocorreram no século XVII, a partir de arranjos sociais em que muitos vigiavam poucos, deslocando-se para as atividades de vigilância modernas, nas quais poucos vigiam muitos.

Além disso, dada a natureza da internet, é muito mais difícil controlar o fluxo de conteúdo simbólico dentro dela e, dessa forma, muito mais difícil para aqueles que estão no poder se assegurarem de que as imagens disponíveis aos indivíduos são as que eles gostariam de ver circulando. Desde o advento da imprensa, os líderes políticos descobriram ser impossível controlar inteiramente o novo tipo de visibilidade possibilitada pela mídia e deixá-la completamente a seu contento; agora, com o nascimento da internet e de outras tecnologias digitais, isso ficou mais difícil do que nunca (THOMPSON, 2008, p. 24).

Assim como permite aos adeptos das mídias melhorar a imagem ou atingir objetivos, as formas mediadas de comunicação contemporâneas também podem ser utilizadas para atacar ou denunciar.

desde que a mídia tornou-se capaz de dar visibilidade a domínios de ação anteriormente ocultos à visão, e desde que criou um terreno complexo de circulação de imagens e de informações, porém de difícil controle, permitiu a emergência de novas formas de acontecimentos mediados com potencial para burlar e minar a apresentação bem planejada de líderes políticos e de outras pessoas (THOMPSON, 2008, p. 25).

Thompson (2008) considera pouco convincente o «panóptico» de Foucault. Para ele, embora algumas organizações em nossas sociedades se baseiem em métodos de vigilância, esse método não é suficiente para “entender a relação instável entre poder e visibilidade em nossas sociedades” (THOMPSON, 2008, p. 27). Thompson defende que as mídias comunicacionais – negligenciadas por Foucault - estabelecem uma relação entre poder e visibilidade bem diferente da que está implícita no modelo do Panóptico.

Enquanto o Panóptico faz com que muitos estejam visíveis para poucos, a mídia permite que poucos estejam visíveis para muitos: graças à mídia, basicamente aqueles que exercem o poder, mais do que aqueles sobre os quais o poder se aplica, é que estão sujeitos a um novo tipo de visibilidade. Essa nova visibilidade é muito diferente do tipo de espetáculo que Foucault identificou no mundo antigo e no ancien régime, pois a visibilidade mediada de indivíduos, ações e acontecimentos está agora separada da necessidade de compartilhar um domínio comum e desvinculada das condições e restrições da interação face-a-face. (THOMPSON, 2008, p. 27)

Bauwens (2006) também questiona o panóptico a partir da análise dos processos colaborativos baseados na produção P2P, característica das lógicas horizontalizadas de compartilhamento e participação, em que as hierarquias são reduzidas e os filtros – quando existem -, aparecem *a priori*. Para ele, ao contrário do panóptico, em que é importante

restringir o conhecimento do processo total a um pequeno grupo, no “holoptismo” o *design* do processo permite que os participantes tenham livre acesso a toda informação sobre os demais.

Assim, defende Thompson (2008), o desenvolvimento das mídias comunicacionais modifica o campo político e é por ele também afetada, já que as organizações midiáticas se conformam como um campo de interação com interesses próprios, que se entrelaçam com o poder político, mas também se ocupam em exercer um poder simbólico através do uso das mídias comunicacionais de todo tipo. Desta forma, as relações entre políticos (e elite dos esportes) com jornalistas, por exemplo, podem ser ocasionalmente de proximidade e harmonia (ou lealdade e afeição), em uma forma de “dependência recíproca”, mas pode também tornar-se tensa e conflituosa, a depender dos interesses em pauta, como vimos acontecer com a BBC em suas relações com o universo olímpico. “Na era da visibilidade mediada é muito mais difícil fechar as portas da arena política e encobri-la com um véu de segredo”, segundo Thompson (2008, p. 28). A internet intensifica esse cenário.

Quer gostem ou não, líderes políticos de hoje são mais visíveis para mais pessoas e são observados com mais proximidade do que o foram no passado; e, ao mesmo tempo, eles estão mais expostos ao risco de que suas ações e declarações, e as ações e declarações de outros, sejam deslocadas de modo a entrar em conflito com as imagens que pretendem projetar. Assim, a visibilidade criada pela mídia pode se tornar a fonte de um novo tipo distinto de «fragilidade». Embora muitos líderes políticos busquem manejar sua visibilidade, eles não podem controlá-la completamente. A visibilidade mediada pode fugir ao seu comando e, ocasionalmente, trabalhar contra eles próprios (THOMPSON, 2008, p. 22).

Para Thompson, a combinação de novas formas de gravação, processamento e transmissão da informação e comunicação, com as atividades das organizações “midiáticas e paramidiáticas”, podem transformar as ocorrências antes silenciáveis em acontecimentos altamente visíveis, característica proeminente na cultura da convergência (JENKINS, 2006).

Assim, neste estudo, estaremos considerando os Jogos Olímpicos de Verão como parte de *um dispositivo esportivo constituído como um megaevento midiático global de alta visibilidade, multi-esportes, periódico e planejado, sujeito a regulações próprias, com significativa conotação econômica e política, de importância jornalística, tensionado por interesses locais e transnacionais e por um fluxo comunicacional híbrido, característico do processo de*

convergência midiática, composto por audiências diversificadas, participativas, questionadoras, embora também contraditórias e complacentes.

Antes de avançarmos, precisamos compreender o significado da *importância jornalística* citada acima, analisando este gênero bastante específico – o jornalismo esportivo especializado em esportes e seu peculiar interesse pelo objeto olímpico.

2.4 JORNALISMO ESPECIALIZADO EM ESPORTES

A divisão entre gêneros informativo, ficcional e entretenimento seria, segundo Jost (2010), uma forma “obstinada” de a televisão – e demais mídias - obter sua legitimidade através da relação que mantém com a realidade (JOST, 2010, p. 93). Concordamos com o autor quanto à proposta de estudar os gêneros menos por eles próprios e mais em função do mundo ao qual fazem referência, já que “entre os gêneros do real, muitas contaminações se produzem e só ganham sentido na grade” mixada de programação. Também ressaltamos o que Jost (2010) chama de “papéis estratégicos dos gêneros” (JOST, 2010, p. 67) e como as emissoras podem ter interesses diversos em “ancorar programas em diferentes mundos”, para aumentar, por exemplo, a credibilidade de uma ficção ou, no caso dos esportes, estrategicamente para garantir uma licença de “misturar os mundos” (JOST, 2010, p. 70) do entretenimento e da informação.

Assim, o jornalismo especializado em esportes pode ser reconhecido, no nosso entendimento, como uma categoria peculiar em sua forma híbrida, constituído por notícias, transmissões, comentários, contextualização e entretenimento, um universo em que a normalidade parece estar no alargamento dos princípios caros ao jornalismo. Ainda mais específico é o jornalismo no ambiente de megaeventos, em contratos de emissoras oficiais, como o caso da BBC, cíclico e atravessado por regimes de lealdade (DAYAN; KATZ, 1992) com entidades promotoras, como o IOC e a Fifa, em que a divisão entre entretenimento e informação se apresenta enquanto critério normativo, definidor de tempos e espaços artificialmente construídos, como veremos adiante.

Pouco se fala ou se discute sobre a qualidade e os compromissos éticos dessa faceta jornalística, ainda que os últimos anos tenham sido marcados por tensionamentos em todos os âmbitos e cobranças sobre a transparência, com destaque para os megaeventos. A

observação histórica dos estudos sobre esse fenômeno, adicionada aos depoimentos de jornalistas envolvidos nas coberturas, fragmentos de verdades e bastidores nos revelam elementos para a compreensão do processo de convergência de mídias porque deixam entrever relações pouco explícitas no dia a dia das redações. Por detrás das alocações inovadoras, do avanço tecnológico e ética jornalística nas coberturas dos megaeventos esportivos encontram-se linhas tensionadoras relevantes. O tratamento hierarquizado de jornalistas em um mesmo ambiente de trabalho, regalias, acesso facilitado a fontes, rigor punitivo, regras restritivas, símbolos de poder, arquiteturas diferenciadoras, privilégios, encantamentos, ditos e não ditos compõem elementos apagados dos debates públicos. Também são acentuadas as estratégias das instituições detentoras das marcas dos megaeventos esportivos, na manutenção dos direitos de transmissão e usos de suas imagens, em cumplicidade com patrocinadores e parceiros na indústria midiática, a chamada Família Olímpica.

No Brasil, os apontamentos sobre jornalismo esportivo encontram-se centrados nos questionamentos éticos e nas especificidades da especialização (COELHO, 2003). Já Boyle, Rowe e Whannel (2011) falam sobre “patologização do jornalismo esportivo” ao analisar seu *status* frente às demais editorias, tornando-se necessário questionar sua atual relação com as premissas jornalísticas de responsabilidade social, independência e posicionamento crítico. As questões levantadas por esses autores colocam em pauta a confusão de papéis entre repórter e fãs; o jornalismo enquanto um braço da indústria esportiva; o processo de “guetização”, em que a editoria se isola dos contextos mais amplos nos quais está inserido o esporte; papel dos fãs e sua relação com o jornalismo esportivo no contexto das novas mídias. Em todas essas questões, despontam traços de conexões íntimas entre as curvas de visibilidade e enunciação representativas de dois universos cuja proximidade histórica alimenta uma relação repleta de contradições, mas também pautada por regimes de cumplicidade e adequações tácitas.

À medida que o processo de esportização se amplia, também se modifica o *status* da cobertura jornalística sobre esportes. Rowe (2007) refere-se à expressão de Jimmy Cannon (citado por Cosell, 1986) - “esporte é o departamento de brinquedos da vida humana”¹¹³ - e como, jocosamente, jornalistas passaram a se referir ao departamento esportivo das

¹¹³ sports is the toy department of human life.

empresas midiáticas como “o departamento de brinquedos da mídia”¹¹⁴ (ROWE, 2007, p. 386). O debate sobre jornalismo e cultura popular vem de longa data. Em geral, divide-se entre seriedade e qualidade de um lado e superficialidade e trivialidade de outro. Porém, ponderamos sobre a necessidade de ultrapassar essa dualidade e considerar formas híbridas em que fronteiras se diluem na complexidade das relações, técnicas e táticas, principalmente em contextos de megaeventos. Rowe (2007) reflete sobre o fato desses questionamentos não estarem restritos aos esportes, mas também a outras editorias como turismo, moda e tecnologias.

O momento atual é caracterizado por uma sensação perturbadora de uma profissão em busca de restabelecer-se e reorientar-se à luz de acontecimentos públicos traumáticos, rápida mudança tecnológica, transição econômica, imposição política, transformações culturais, e ceticismo público (ROWE, 2007, p. 387, tradução nossa).¹¹⁵

Quando pensamos nestas intrincadas conexões, precisamos considerar também seus contextos, as instituições e sujeitos envolvidos, temporalidades e territorialidades diferenciadas. Não é possível generalizar em termos do *status* do jornalismo esportivo nos variados países, ainda que os manuais do IOC insistam em um modelo global. Na Alemanha, por exemplo, não há tantos questionamentos quanto nos Estados Unidos. Na Grã-Bretanha, destaca Rowe, percebe-se uma distinção significativa entre jornais sensacionalistas e os considerados “responsáveis”.

Variações e padrões na posição profissional e pública do jornalismo esportivo ocorrem em espaço, tempo e tipo de publicação. Pode-se até assumir que há paralelos e divergências no conteúdo, abordagem e ideologia do jornalismo esportivo em todo o mundo, mas esses dados comparativos são raros e difíceis de obter (ROWE, 2007, p. 387, tradução nossa).¹¹⁶

A mais ampla pesquisa sobre o tema, a International Sports Press Survey (ISPS), representa apenas o universo impresso, mas revela aspectos importantes sobre as relações entre o

¹¹⁴ the toy department of the news media.

¹¹⁵ The current moment is typified by a troubling sense of a profession seeking to re-establish and re-orient itself in the light of traumatic public events, rapid technological change, economic transition, political imposition, cultural transformations, and public skepticism.

¹¹⁶ Variations and patterns in the professional and public position of sports journalism occur across space, time and publication type. It may be similarly assumed that there are parallels and divergences in the content, approach, and ideology of sports journalism across the globe, but such comparative data are rare and difficult to obtain.

dispositivo esportivo e o jornalístico. O primeiro estudo, de 2005, foi coordenado pelo Danish Institute for Sports Studies (Idan) e incluiu participantes de dez países, em três continentes, com análise das páginas esportivas de 37 jornais. A segunda edição, em 2011, coordenada pela Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK), de Hamburgo, foi um empreendimento de maior fôlego: cientistas de 22 países, em todos os continentes, analisaram 18 mil artigos de 80 publicações. No último estudo, foram incluídas todas as matérias sobre esporte dos jornais e não apenas os cadernos especializados. Em cada país, três publicações foram objeto de análise: o maior jornal diário, o maior tabloide e um jornal local. Não fizeram parte da pesquisa os jornais monotemáticos, já que o objetivo era analisar a imagem do esporte que chega ao leitor regular e não necessariamente aos fãs mais ávidos. Do Brasil, foram selecionados 556 artigos, contra 2.554 da Inglaterra, país com maior representatividade em volume de material selecionado.

Os resultados gerais apontam para um jornalismo personificado e opinativo, baseado em jornalistas, desportistas e técnicos de renome. Trata-se de um universo essencialmente masculino; apenas 8% de jornalistas são do sexo feminino e 88% das reportagens focam homens. Futebol é o único esporte com alcance mundial, de acordo com a pesquisa. Os demais recebem atenção essencialmente na cobertura de grandes eventos e campeonatos. 80% das matérias têm foco em eventos planejados, cobertura e resultado de partidas. Este número é interessante, pois remete ao esforço dos produtores de megaeventos em explorarem o tempo para além do cronológico, angariando visibilidade no antes, no durante e no depois de cada evento. Ao que parece, essa estratégia pauta também a imprensa, já que os três momentos dos eventos esportivos consomem 78% do espaço dedicado aos esportes nos principais jornais do mundo, como mostra a tabela a seguir.

Rank	Primary Content	%
1.	Results / Match Reports	31
2.	Performance / Sporting Aspects	29
3.	Preview of Competition	18
4.	Financing / Private Finance	3
5.	Sports / Politics	3
6.	Spectators/Fans	2
7.	Local / Amateur Sports	1
8.	Doping	1
9.	Children / Youth Sports	1
10.	Sports / Media	1

Tabela 1: Conteúdo principal das coberturas jornalísticas de acordo com a pesquisa ISPS 2011.

Fonte: ISPS 2011 / PTG 2013 - Thomas Horky & Jörg-Uwe Nieland.

Poucas reportagens se interessam pelas políticas esportivas, pelo papel dos fãs, esportes amadores ou infantis, *doping* e pela própria cobertura realizada pela mídia. Neste universo, o jornalismo se mostra empobrecido em conteúdo. Apenas 12% do universo pesquisado utiliza mais de três fontes e uma parcela significativa (27%) dos artigos não tinha fonte alguma.

Na televisão, o quadro não é diferente. Eventos esportivos são responsáveis mundialmente por altos índices de audiência, porém os cálculos oficiais de qualquer evento devem ser analisados com cautela, podendo ser considerados como uma curva de visibilidade proeminente sujeita a um discurso artificialmente construído. Os promotores do Tour de France, por exemplo, anunciaram audiência de 3,5 bilhões de pessoas em todo o mundo em 2013, mas se recusaram a explicar a origem desse cálculo quando confrontados pelo jornalista da BBC (NEWS MAGAZINE MONITOR, 2014).

Na BBC, cujos números de audiência são aferidos por institutos verificadores, entre os dez eventos televisionados mais vistos desde 1973, quatro são esportivos, sendo dois olímpicos: abertura e encerramento das Olimpíadas de 2012 (MILLAR, 2012).

Independente dos números, a conexão entre jornalismo e esportes não é nova e os estudos na área apontam de forma recorrente para uma íntima relação, desde meados do século XIX,

primeiro com o impresso, passando pelo rádio, chegando à televisão e à internet. Entretanto, aquilo que se apresenta como uma relação natural merece visada crítica e atenta em suas curvas de visibilidade e especificamente no enunciado de uma compatibilidade espontânea.

Assim como estiveram conectados desde seus primórdios, essa relação também se constituiu enquanto linha norteadora para vários reposicionamentos estratégicos das duas partes. Em 1856, já havia artigos na imprensa britânica comentando e analisando o jornalismo esportivo. Naquele ano, *The Saturday Review* publicou longa matéria intitulada "Sporting Press", na qual abordava conteúdo e estilo do *The Bell's Life*, uma das mais antigas publicações especializadas em esportes da Inglaterra, fundada em 1822, fazendo referência à sua postura elitista.

As publicações especializadas também não são fenômeno novo. No século XIX, uma indústria hiperespecializada proliferou na Inglaterra, como foi o caso do *Athletic News: A Weekly Journal of Amateur Sport*, publicado em 1875 e dedicado aos esportes amadores. Havia também jornais dedicados aos esportes rurais, à caça, ao ciclismo.

Antes das mídias eletrônicas, a velocidade da informação já era preocupação do jornalismo esportivo, ansioso por conquistar um público cada vez mais exigente. Uma passagem do livro do escritor Richard Wright Procter (1860) nos informa sobre as estratégias de atualização das informações impressas e mostra a insatisfação, de longas décadas, dos jornaleiros estabelecidos, linhas de força e fuga que atravessavam esse dispositivo pressionando às readequações desde seus primórdios.

O jornal diário está se tornando um luxo comum, e notícias envelhecem em poucas horas. Edições perseguem-se umas às outras ao longo do dia como índios corredores, cada um carregando um telegrama. Consequentemente, muitas pessoas tornaram-se tão seletivas em suas compras que se recusam a levar a sexta edição quando lhes é oferecida; está envelhecida, dizem eles, vários minutos. Eles precisam ter a que acabou de ser impressa, ou nenhuma. Há uma charmosa variedade de novos lançamentos, simples, ilustrados e até mesmo coloridos. Em geral, as pessoas são gratas pela nova bênção e compram em profusão. No entanto, a dificuldade em agradar a todos pode ser novamente exemplificada. Os vendedores de notícias estão insatisfeitos. Eles preferem o antigo ao novo. A mudança trouxe-lhes mais problemas e menos lucro (PROCTER, 1860, p. 32-33, tradução nossa).¹¹⁷

¹¹⁷ The luxury of a daily paper is becoming commonplace, and news grows old in a few hours. Editions chase each other through the day like Indians runners, each one bearing a telegram. Consequently, many persons have become so finical in their purchases, that when the sixth edition is offered to them they decline to take it; it has been stale, they say, several minutes; they must have the impression just issued, or none. There is a charming variety of fresh ventures, plain, pictorial, and even coloured, starting forth in every direction. Generally speaking,

Outro ponto bastante discutido pelos saberes atuais encontrava-se em debate nesse período: a íntima conexão entre os jornais especializados em esportes e os eventos esportivos. Donos de jornais patrocinavam eventos esportivos e chegavam a participar como juízes (MASON, 1986, p. 172). Foi nesse ambiente de camaradagens e favores que aconteceu a retomada das Olimpíadas, como veremos adiante.

2.4.1 BBC Sport

BBC Sport é um departamento da BBC North responsável pelas coberturas esportivas de televisão, rádio e *on-line*. Desde 2012, está localizada em Salford, norte da Inglaterra, numa estratégia da emissora de ampliar sua presença e alcance territorial a outras regiões do país. A BBC tem feito a cobertura esportiva, desde o seu início, em íntima conexão com as Olimpíadas, a começar pelas de 1948, detalhada no capítulo 3. Um de seus mais antigos programas esportivos foi o *Grandstand*, lançado em 1958, retirado do ar em 2007. A emissora passou a nomear seus programas especializados como BBC Sport, em 1988, quando da cobertura das Olimpíadas de Seul, ocasião em que utilizou pela primeira vez uma marca de identificação para a programação esportiva baseada nos cinco anéis olímpicos (Fig. 9).



Figura 9: Marca da BBC Sport em conexão com as Olimpíadas de Seul (1988).
Fonte: BBC.

the people are grateful for the new boon, and buy largely. Yet the difficulty of pleasing everybody is again exemplified. The news vendors are dissatisfied. They prefer the old halfpenny to the new farthing. The change has bought them more trouble and less profit (PROCTER, 1860, p. 32-33).

Se retomarmos aqui as referências de Jost (2010, p. 52) e a forma como “autenticação de um ato de difusão” enquanto requisito de “aprovação de um programa”, parece-nos relevante o quanto essa imagem significa em termos de representação de uma união de valores da BBC Sport com os valores olímpicos.

Embora sujeita a aferição e fiscalizações rigorosas de suas ações, os questionamentos em relação às conexões esportes-mídia-imprensa também se configuram como linhas de força tensionadoras na BBC.

Segundo o jornalista inglês David Coon (citado por BOYLE, 2006a), até 1992 o jornalismo esportivo era tratado com humor na emissora, não era levado a sério. A chegada da concorrência, com canais abertos e satélite, ajudou a mudar esse quadro. Para isso, também contribuiu o radiojornalismo.

Quando as concorrentes diretas da BBC, ITV (canal aberto comercial) e BSkyB (emissora por satélite), chegaram a ameaçar o portfólio de eventos esportivos da BBC, elevando a patamares altíssimos os valores negociados em torno dos direitos de transmissão de eventos esportivos, a emissora se manteve à frente nas transmissões radiofônicas com a respeitada *Radio Five Live*, canal dedicado aos esportes. As investigativas reportagens da *Radio Five Live* chegaram a denunciar jornalistas da própria BBC em conexão com a indústria esportiva.

Em 2004, em meio a uma das crises enfrentadas pela emissora e boatos de demissões, o diretor geral, Mark Thompson, declarou publicamente que esportes eram “em muitos aspectos, a força vital da BBC” (THE GUARDIAN, 2004, s.p.)¹¹⁸. Justamente por constituir-se em curva de visibilidade tão substancial, suas ações e conexões com as Olimpíadas estão imersas em regimes bastante contraditórios, como de resto acontece em todo o mundo, com as empresas detentoras dos direitos de transmissão de grandes eventos globais ou locais.

Também em 2004, o ex-diretor geral da BBC, Greg Dyke, fã declarado dos esportes, afirmou que “as emissoras de televisão tradicionalmente evitam produzir programas controversos sobre esportes por razões óbvias. Se você expõe ações erradas ou ineficiência em uma

¹¹⁸ THE GUARDIAN. Thompson: 'sport is BBC's lifeblood'. 6 de julho de 2004. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/media/2004/jul/06/broadcasting.bbc1>>. Acesso em: 20 mar. 2015.

organização esportiva eles não estarão susceptíveis a lhe vender os direitos novamente.” (DYKE citado por BOYLE, 2006a, p. 66).

Para Boyle,

historicamente BBC Sport viu esportes como puro entretenimento, enquanto BBC News nunca realmente enxergou os esportes como prioridade jornalística. Na verdade, as empresas de radiodifusão têm, geralmente, uma tradição menos que gloriosa de trazer o jornalismo esportivo para a cobertura jornalística (BOYLE, 2006b, s.p., tradução nossa).¹¹⁹

Mas, em 2006, a emissora reposicionou-se estrategicamente e trouxe para seu time o afamado crítico e jornalista do *Daily Telegraph*, Mihir Bose, depois substituído por David Bond, como veremos no capítulo 4. Segundo Boyle, esse movimento marcou uma mudança importante na forma de a mídia, a televisão e a própria BBC enxergarem o jornalismo esportivo na Grã-Bretanha.

Outra mudança proeminente apontada por Boyle (2006a), e que alavancou modificações nas estratégias da BBC em relação ao jornalismo esportivo, foi a proliferação do modelo de notícias 24 horas. Com amplo espaço a ser preenchido, as emissoras passaram a aceitar com mais facilidade a entrada de informações esportivas nos noticiários.

O *status* do profissional que narra os eventos esportivos ao vivo é mais um ponto que permeia o debate sobre jornalismo esportivo, e em relação ao qual a emissora se posiciona. O chefe de notícias esportivas da BBC, entrevistado por Boyle em 2005, considerava à época que,

De certa forma, cobrir eventos esportivos diz respeito a jornalismo ao vivo. Trata-se de revelar os acontecimentos enquanto eles se desenrolam, e não há nada mais dramático e emocionante do que um jogo de futebol ou rugby ao vivo. Desta forma, cobrir ao vivo e, em seguida, analisar, verificar o que acontece por trás da ação parece-me ser jornalismo e é isso que fazemos (BOYLE, 2006a, p. 68, tradução nossa).¹²⁰

Para o jornalista Andrew Thompson, hoje,

¹¹⁹ The later has historically viewed sport as purely entertainment, while the former has never really seen sport as a journalistic priority. Indeed, broadcasters in general have a less than glorious tradition in bringing investigative journalism to their sports coverage.

¹²⁰ In a way, covering live Sporting events is about live broadcast journalism. It's about revealing events as they unfold, and there is nothing more dramatic than an exciting live football or rugby game. So covering it live, and then analysing the story, getting to the truth of the story of what happens behind the action seems to me to be about journalism and that is what we are about.

trata-se de uma relação respeitada pelos dois lados, porque as entidades detentoras dos direitos de imagem e as demais emissoras sabem que a BBC tem que prover coberturas jornalísticas imparciais, com precisão, tem que ser a melhor do Reino Unido. Isso é reconhecido e, embora haja momentos de debate e desconforto, as pessoas são adultas e reconhecem que a credibilidade da BBC está em grande parte baseada em sua credibilidade enquanto empresa jornalística (THOMPSON citado por BOYLE, 2006, p. 67).

Exemplo disso foi a série de denúncias levadas ao ar pelo programa *Panorama* sobre *doping*, a relação comercial estabelecida entre televisão e eventos esportivos como Fórmula 1 e Copa do Mundo, além da reconhecida reportagem sobre corrupção no processo de escolha das cidades-sede das Olimpíadas, denunciado em 2004, justamente na licitação que levou à escolha de Londres como sede em 2012.

Do mesmo modo que a televisão atuou como uma linha de força significativa nas relações entre mídia, esportes e jornalismo, a internet aparece como mais um vetor a provocar rearranjos estratégicos. BBC Sport opera um sub-site do portal BBC *On-line* lançado em 2000 e relançado em 2003. Em 2011, a emissora anunciou uma redução de 25% no orçamento da produção para a internet, o que afetou fóruns de debate sobre esportes e outros serviços *on-line*, como tratamos no capítulo 1.

BBC Sport também oferece o serviço de TV interativa multitelas BBC Red Button, ao qual nos referimos no capítulo anterior. Este serviço, em geral, é utilizado para coberturas sem interrupção, paralelo a um evento principal na televisão. Por exemplo, as coberturas do torneio Wimbledon de tênis e as Olimpíadas. O Red Button só está disponível no território britânico.

Além das transmissões e coberturas jornalísticas esportivas na televisão, *on-line* e rádio, BBC Sport promove premiações como Personalidade do Ano, BBC Nações e Regiões, entre outros.

Desde 2012, o departamento de esportes da BBC está localizado em Salford, região Norte do país, mudança bastante criticada e sujeita a investigação, realizada às vésperas das Olimpíadas e que teria obrigado a emissora a trazer parte do *staff* de volta a Londres para reforçar o time olímpico, incorrendo em despesas extras.

A BBC detém os direitos de transmissão dos Jogos Olímpicos de Verão e de Inverno e tem feito a cobertura ao vivo do evento olímpico integralmente desde 1960. A longa relação entre BBC e Olimpíadas foi recentemente estendida até 2020. A Inglaterra, bem como outros países da

Europa, adota o sistema de Eventos Listados, considerados de interesse público e protegidos por lei, evitando-se um leilão entre emissoras, prejudicial à BBC e aos cidadãos britânicos obrigados a subsidiar a emissora por meio de uma taxa compulsória.

A relação entre BBC e eventos esportivos, por meio da BBC Sport, é marcada por linhas de força e de fuga, conformando curvas de visibilidade sujeitas a críticas (e muitos elogios), não apenas da audiência, mas também de outros jornais, como veremos no capítulo 4. Entretanto, a emissora é reconhecida universalmente pela qualidade técnica e jornalística de suas coberturas, premiada pelo IOC em 2012. Para isso, a BBC opera em regime de excepcionalidade durante o período dos Jogos, seguindo os enunciados olímpicos, como pudemos presenciar e apurar nas conversas com os jornalistas da BBC Sport durante o período em que acompanhamos a cobertura das Olimpíadas de Sochi, na redação, em fevereiro de 2014.

2.5 OLIMPÍADAS: CURVAS DE VISIBILIDADE E ENUNCIÇÃO

De acordo com a história oficial, inspirado nos Jogos da Grécia Antiga, o francês Pierre de Frédy, conhecido como Barão de Coubertin, resgatou em 1896 aqueles que ficariam conhecidos como os primeiros Jogos Olímpicos da Era Moderna, em Atenas. Educador, Coubertin teria visto no ritual olímpico uma forma de disseminar seus valores morais e de educação física. Vem também dessa época o conceito de Olimpismo, baseado em princípios como a exaltação ao corpo e ao espírito com funções educativas e de promoção da paz. (IOC, 2013, p. 11).

Chatziefstathiou (2009) discute os processos de construção dos discursos olímpicos durante os primeiros anos do Movimento, particularmente os documentos e artigos escritos por Coubertin. A autora conclui que o Olimpismo incorpora tanto tecnologias do sujeito quanto de poder/dominação (FOUCAULT, 2003). As tecnologias de poder estão representadas principalmente nas construções olímpicas em torno de valores como igualdade, paz, união entre as nações, que contribuíram para moldar os dispositivos contemporâneos. Assim como construiu seus discursos de saber e poder, Coubertin erigiu sua imagem em torno deles e arquitetou seus próprios instrumentos para preservá-los no campo dos saberes, como veremos no capítulo 3.

Os enunciados desse dispositivo foram edificados e contribuíram para conformar as práticas discursivas¹²¹ esportivas dos últimos cem anos (caso da Fifa, fundada dez anos após o IOC, em 1906). Assim, o Movimento Olímpico está definido como uma “ação, concertada, organizada, universal e permanente, de todos os indivíduos e entidades que são inspirados pelos valores do Olimpismo, sob a autoridade suprema do IOC” (IOC, 2013, p. 11), cujo auge são os Jogos Olímpicos. Os saberes do Olimpismo (Anexo 3

) foram conformados historicamente, considerando as condições de possibilidade das práticas discursivas e as relações de poder (práticas não discursivas) de cada época (FOUCAULT, 2010).

Para Pires (2009),

O Movimento Olímpico tradicionalmente adoptou um comportamento que invariavelmente se situou entre a metáfora da avestruz que faz por ignorar os problemas e um determinado oportunismo que procura tirar partido das situações em benefício próprio. Estas duas perspectivas, ao longo dos últimos mais de cinquenta anos, sob a desculpa do apolitismo desportivo, impediram o Comitê Olímpico Internacional (COI) de possuir uma agenda política própria, acabando por, em muitas situações, andar a reboque de agendas políticas alheias e, muitas vezes até, das próprias agendas pessoais de dirigentes desportivos e políticos (PIRES, 2009, p. 160).

O mesmo pode ser dito a respeito dos enunciados do “Espírito Olímpico”, apresentado como “o entendimento mútuo, o espírito de amizade, de solidariedade e de fair play” (IOC, 2013) que rejeita qualquer tipo de discriminação racial, religiosa, política, sexual dentro dos princípios do Olimpismo. Como veremos na genealogia desse dispositivo, no próximo capítulo, cada termo, cada vírgula parece ter sido incorporado em função das “aventuras das forças” (DELEUZE, 2014, p. 212) internas e externas, em um processo de mutação na construção do “composto” (DELEUZE, 2014, p. 212) que nomeamos hiperdispositivo nesta tese.

Estes seriam os acontecimentos discursivos que o filósofo francês entende como as funções dos discursos em cada momento.

Não é o sentido que eu busco evidenciar, mas a função que se pode atribuir uma vez que essa coisa foi dita naquele momento. Isto é o que eu chamo de acontecimento. Para mim, trata-se de considerar o discurso como uma série de acontecimentos, de estabelecer e descrever as relações que esses acontecimentos – que podemos chamar de acontecimentos discursivos –

¹²¹ Foucault (2003) entende por prática discursiva o “conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram para uma época dada e para uma área social, econômica, geográfica ou linguística dada, as condições de exercício da função enunciativa.” (p. 136)

mantêm com outros acontecimentos que pertencem ao sistema econômico, ou ao campo político, ou às instituições (FOUCAULT, 2006, p. 255-256).

Na mesma dinâmica deste emaranhado diagrama (DELEUZE, 1990, p. 2014), está a constituição do capital simbólico do Olimpismo, cujo símbolo máximo são os cinco anéis entrelaçados, que representam a união dos cinco continentes e o encontro de atletas de todo o mundo nos Jogos Olímpicos. Ao longo dos anos, os símbolos e rituais foram se acumulando, constituindo-se um repertório de expressões de poderes e saberes explorados política e comercialmente, linha relevante na conexão entre os dispositivos esportivo, midiático e jornalístico, a ser explorada adiante.

Outra forma de exercício de poder olímpico são as normas, que procuram não apenas reprimir, mas constituir, formar, envolver pessoas em torno de sua causa, em regime de obediência anuída. O conceito de normalização refere-se, segundo Foucault (1987, 2014), ao processo de regulação da vida dos indivíduos e das populações, como faz o IOC, por meio de sua Carta Olímpica e de seus conjuntos de guias e regras.

Aderir ao Movimento Olímpico, desta forma, pressupõe respeitar a Carta Olímpica¹²² e reconhecer a legitimidade do Comitê Olímpico Internacional. A Carta Olímpica (CO) (Anexo 1) é o conjunto de regras e guias para a organização dos Jogos Olímpicos e comando do Movimento Olímpico. Redigida em francês e inglês, línguas oficiais do Olimpismo, apresenta, em cinco capítulos e sessenta e um artigos, os Princípios Fundamentais, Regras e Estatutos do Movimento. Esse instrumento vem sendo aprimorado desde a sua primeira edição, em 1908 e se constitui em um importante acervo de documentos para compreender historicamente os movimentos formais desde dispositivo. Sua última atualização¹²³ ocorreu em 9 de setembro de 2013.

A primeira versão da Carta Olímpica chamava-se Anuário do Comitê Olímpico Internacional. Ela tinha doze páginas, das quais duas e meia destinadas às regras. As restantes perfilavam os integrantes do movimento e indicavam as reuniões. Àquela época, a missão do IOC restringia-se a 1º) assegurar a celebração regular dos Jogos; 2º) aperfeiçoar cada vez mais a celebração,

¹²² Disponível em: <http://www.olympic.org/Documents/olympic_charter_en.pdf>. Acesso em: 1 jun. 2014.

¹²³ A primeira Carta Olímpica data de 1908. Para acessar todas as Cartas e suas atualizações, visite <<http://www.olympic.org/olympic-charters>>. Acesso em: 3 jul. 2014.

dentro dos seus ideais mais elevados e seu passado glorioso; 3º) tomar as medidas possíveis para incentivar e orientar os atletas (IOC, 1908). A atual (Figura 10) possui 105 páginas e seis capítulos (IOC, 2013).

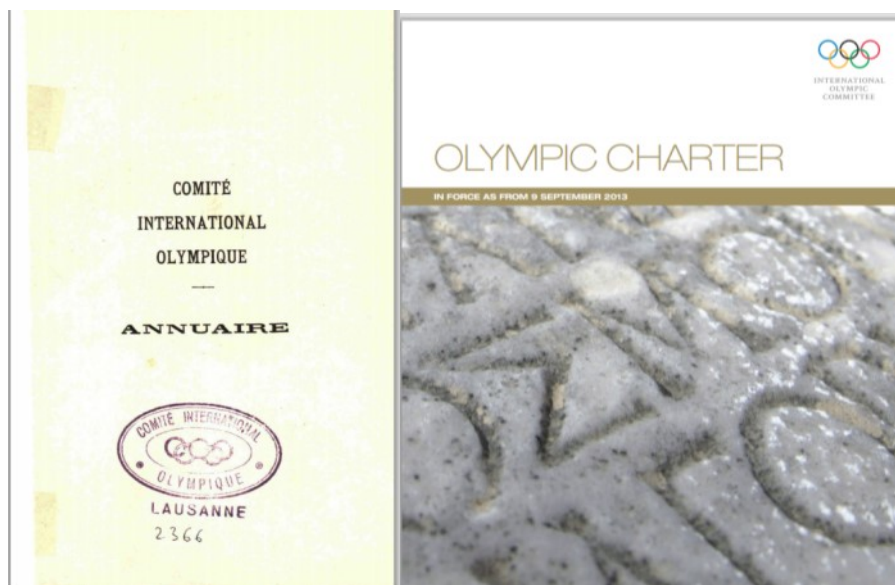


Figura 10: Primeira e última edições da Carta Olímpica (CO).
Fonte: IOC.

Esta Carta define direitos e obrigações das três instâncias constituintes do Movimento Olímpico: o Comitê Olímpico Internacional (COI ou IOC), as Federações Esportivas Internacionais (IF), os Comitês Olímpicos Nacionais (NOC). Além dessas três instâncias principais, também estão incluídos no Movimento Olímpico os Comitês Organizadores dos Jogos Olímpicos de cada edição dos Jogos (LOCOG), associações nacionais, clubes e pessoas pertencentes aos IF e NOC, particularmente os atletas, juízes, árbitros, treinadores, afora os demais dirigentes esportivos e técnicos. Também incluem-se no Movimento outras organizações e instituições reconhecidas pelo IOC. Este grupo compõe a chamada **Família Olímpica**, nome dado a um conjunto de complexas estratégias de sustentação econômica, política e social do Olimpismo, mais uma linha relevante explorada historicamente adiante.

Novos membros dessa Família Olímpica são admitidos em cerimônia durante a qual devem fazer o seguinte juramento:

Havendo sido distinguido(a) com a honra de fazer parte do Comitê Olímpico Internacional e declarando-me consciente das responsabilidades que me incumbem nessa qualidade, comprometo-me a servir o Movimento Olímpico com todas as minhas faculdades, a respeitar e assegurar o respeito de todas

as disposições da Carta Olímpica e as decisões do Comitê Olímpico Internacional, que considero insuscetíveis de recurso; a cumprir o Código de Ética; a permanecer livre de qualquer influência política ou comercial, bem como qualquer consideração de raça ou religião; a lutar contra toda a forma de discriminação; e a promover em qualquer circunstância os interesses do Comitê Olímpico Internacional e do Movimento Olímpico (IOC, 2013, p. 32).

Ainda de acordo com a Carta Olímpica, entre as missões do IOC (Anexo 2) estão questões polêmicas como promover a ética, a paz, a igualdade entre os gêneros, dirigir a luta anti-*doping*, opor-se ao abuso político ou comercial do desporto e dos atletas, promover o desenvolvimento sustentável e um legado positivo dos Jogos, entre outros. Essas missões foram sendo construídas historicamente como acontecimentos discursivos (FOUCAULT, 2006) face às diversas disputas em que o Movimento Esportivo esteve envolvido desde 1896.

O Comitê Olímpico Internacional apresenta-se como uma organização não governamental, sem fins lucrativos, financiada por meio de publicidade e comercialização de artigos comemorativos dos Jogos e pela venda dos direitos de transmissão dos eventos olímpicos. Hoje, o Comitê é formado por 130 membros e 200 funcionários, na sede, às margens do Lago Geneva, em Lausanne, Suíça.

Para Bourdieu, o IOC foi

progressivamente convertido em uma grande empresa comercial com orçamento anual de 20 milhões de dólares [5 bilhões entre 2009 e 2012]¹²⁴, dominado por uma pequena camarilha de dirigentes esportivos¹²⁵ e de representantes das grandes marcas industriais (Adidas, Coca-Cola etc), que controla a venda dos direitos de transmissão e dos direitos de patrocínio, assim como a escolha das cidades olímpicas [...] (BOURDIEU, 1997, p. 126).

¹²⁴ IOC. Factsheet IOC Financial Summary Update, julho de 2014. Disponível em: <http://www.olympic.org/Documents/Reference_documents_Factsheets/IOC_Financial_Summary.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2015.

¹²⁵ Em abril de 2015, o IOC decidiu tornar pública a remuneração do presidente Thomas Bach, que recebe 225 mil (R\$764,3 mil) euros por ano. A decisão foi tomada em reunião do Comitê de Ética da entidade, realizada no dia 31 de março. Além do salário do mandatário, que se estende até 2020, também foram divulgadas as diárias pagas aos integrantes pela participação em reuniões. Segundo o COI, Thomas Bach não recebe nenhum tipo de subsídio administrativo ou diária, já que o cargo indica que ele está em missão permanente nos 365 dias do ano. Por isso, o valor de 225 mil euros é o total que ele receberá. A entidade ainda tornou pública a descrição dos princípios que regem a atuação dos dirigentes e os valores éticos que norteiam o pagamento de salários e benefícios. "Não devem se beneficiar economicamente da posição, e por outro lado não devem financiar atividades relacionadas com sua função, com as economias pessoais", diz nota divulgada pelo COI. (R7, 2015)

Bourdieu defende, assim como nós, a necessidade de tomar como objeto o conjunto das “relações objetivas entre os agentes e instituições comprometidos na concorrência” (BOURDIEU, 1997, p. 126) pela produção e comercialização das imagens e discursos sobre os Jogos e as Olimpíadas.

Chama-se de Olimpíada¹²⁶ o período compreendido por quatro anos consecutivos, com 1º de janeiro do primeiro e finalização no dia 31 de dezembro do quarto ano. As Olimpíadas são numeradas consecutivamente a contar da primeira, celebrada em Atenas em 1896. A XXXI Olimpíada terá início em 1º de janeiro de 2016 e os Jogos de Verão desta Olimpíada acontecerão no Rio de Janeiro.

Além dos mecanismos normativos, o IOC promove periodicamente Congressos Olímpicos nos quais são reunidos representantes do Movimento Olímpico em funções consultivas. Esses encontros e suas documentações também se constituem como significativas curvas de visibilidade que contribuem para a compreensão das estratégias de construção das relações entre mídia, esportes e jornalismo.

Por meio desses registros e dos documentos citados acima, é possível perceber como, ao longo dos anos, os códigos disciplinares se multiplicaram e adensaram. Interessa-nos, especificamente, aqueles que dizem respeito ao controle e ordenamento das relações midiáticas e jornalísticas.

2.5.1 Cobertura midiática das Olimpíadas: visibilidade domada?

Para Bourdieu (1997, p. 123), os Jogos Olímpicos estão constituídos tanto por um “referencial aparente”, formado pelo “espetáculo propriamente esportivo, confronto de atletas vindos de todo o universo que se realiza sob o signo de ideais universalistas”, com fortes conotações nacionalistas e entrega de medalhas, quanto por um “referencial oculto”, conjunto “das representações desse espetáculo filmado e divulgado” pelas televisões. “Objeto duplamente oculto, já que ninguém o vê em sua totalidade e ninguém vê que ele não é visto, podendo

¹²⁶ Muito embora esta seja a definição do IOC, a imprensa por vezes confunde Jogos Olímpicos com Olimpíadas ou Olimpíada. Neste trabalho também não faremos a diferenciação.

cada telespectador ter a ilusão de ver o espetáculo olímpico em sua verdade.” (BOURDIEU, 1997, p. 123)

Entretanto, considerando Jenkins (2006), Thompson (2008) e Jost (2010), poderíamos dizer de um objeto quadruplicamente tensionado: por uma visibilidade midiática exacerbada e de difícil controle; por um jornalismo passível de lealdade, mas também de rebeldias e pelas mídias móveis; pelas novas formas de captação e compartilhamento de informações em conexões de redes sociais; e por uma audiência migratória, crítica e participativa, quadro característico do processo de convergência de mídias aqui analisado.

A íntima e conturbada relação entre Olimpíadas e mídia e as formas de preenchimento estratégico (FOUCAULT, 1979) desse dispositivo constituem-se em forças constituintes do nosso hiperdispositivo. Neste ambiente, deparamo-nos com enunciados que iluminam uma relação baseada na parceria entre mídia, imprensa, patrocinadores e IOC, procuram silenciar os percalços provocados pelos novos regimes de visibilidade midiática e acabam por revelar estratégias cada vez mais difíceis de ocultar.

Uma dessas estratégias são as negociações em torno dos direitos audiovisuais dos Jogos, parte de um sistema em que os atores se retroalimentam, segundo Peña (2012), na medida em que se baseiam tradicionalmente na territorialidade e na exclusividade, nas disputas pela visibilidade de um evento que atrai audiência na faixa dos milhares em cada país. Na visão desse professor, diretor do Centro de Estudos Olímpicos de Barcelona,

Os jogos não seriam o fenômeno global que hoje são sem a rede de relações que se produz entre as televisões (compradores dos direitos audiovisuais a altos preços e que são cobertos através da publicidade ou por pagamento, no caso dos canais fechados), o COI (como proprietário dos Jogos), as cidades-sede e as marcas comerciais (TOP sponsors) que encontram rentabilidade nos patrocínios e retransmissão dos Jogos através dos meios audiovisuais (PEÑA, 2012, p. 225).

Os direitos televisivos e os patrocínios significam, atualmente, 85% da renda do IOC (IOC, 2014b) com os Jogos Olímpicos, o que comprova a estreita relação de dependência do Movimento Olímpico com a mídia, especificamente a televisão. Esse modelo surgiu de negociações, principalmente com os canais americanos, que buscam nos Jogos uma garantia de audiência e, portanto, de anunciantes, mas também um posicionamento político de influências e confluências de interesses vários. Segundo Peña (2012), a NBC americana aporta

atualmente 50% dos valores relativos aos direitos televisivos. Desde os anos 1990, o Comitê Olímpico Internacional vem buscando elevar a contribuição das televisões europeias, hoje na faixa de 25% (eram 7,5% em 1988), chegando a se empenhar em batalhas políticas internas de países como a Inglaterra, onde os eventos listados incluem os Jogos Olímpicos, como vimos anteriormente na seção 2.2.1. Estes debates intercontinentais se configuraram historicamente em linhas de fissura fundamentais nas relações entre os dispositivos acoplados que nos propusemos a estudar.

Para Bourdieu,

Da mesma maneira que, na produção artística, a atividade diretamente visível do artista mascara a ação de todos os agentes, críticos, diretores de galeria, conservadores de museu etc., [...] assim também no jogo esportivo, o campeão, corredor de cem metros ou atleta do declato, é apenas o sujeito aparente [do] espetáculo (BOURDIEU, 1997, p. 126-127).

Esses atletas e todos os demais atores, inclusive a mídia, estão envoltos em um “sistema de pressões exercidas pela rede de relações objetivas na qual estão inseridos” (BOURDIEU, 1997, p. 126-127).

Compreender os mecanismos que governam as práticas dos agentes envolvidos nessa “construção social de dois níveis” (BOURDIEU, 1997, p. 127) poderia, segundo esse autor, contribuir para uma consciência e superação das “ameaças de aniquilamento” das “potencialidades de universalismo” contidas nos Jogos Olímpicos.

Acrescentaríamos às observações de Bourdieu, o fato de os processos de convergência de mídias (JENKINS, 2006) contribuírem para erigir outros níveis na construção social apontada, uma vez que suas observações foram estabelecidas a partir das referências de uma televisão verticalizada, características dos paradigmas midiáticos transmissivos da comunicação de massas. Essas novas camadas, horizontalizadas, embora apresentem potencial de fissura no mecanismo olímpico, têm contribuído também para reforçar ainda mais suas estratégias na medida em que expandem territorial e temporalmente as possibilidades do *marketing* olímpico.

Segundo os enunciados contidos no relatório oficial "Olympic Marketing Facts", de 2014, o *marketing* olímpico tem por objetivo assegurar a estabilidade da independência financeira do Movimento Olímpico por meio de programas de longa duração, gerando receita para

sustentar as entidades parceiras - Comitês organizadores (OCOG), Comitês Nacionais (NOC), Federações Internacionais (IF) - e “prover suporte financeiro para as nações emergentes” (IOC, 2014, p. 5). Além disso, assegurar que o maior número possível de pessoas no mundo possa assistir aos Jogos por meio da transmissão midiática, controlar a comercialização, promover o equilíbrio entre imagem e ideais olímpicos e garantir o apoio das empresas parceiras na divulgação desses ideais, ponto particularmente relevante quando pensamos as conexões mídia-jornalismo-esportes.

As receitas são geradas por meio de diversos programas, que incluem a venda dos direitos de transmissão, patrocínio (em níveis mundiais e locais), venda de ingressos e licenciamento de uso de marcas, como mostra a Tabela 2.

Receitas Marketing Olímpico: últimos cinco quadriênios

Fontes	1993 – 1996	1997 – 2000	2001 – 2004	2005 – 2008	2009 – 2012
Broadcast	1,251	1,845	2,232	2,570	3,850
TOP Programme	279	579	663	866	950
OGOC Domestic Sponsorship	534	655	796	1,555	1,838
Ticketing	451	625	411	274	1,238
Licensing	115	66	87	185	170
Total	2,630	3,770	4,189	5,450	8,046

Em milhões de dólares

Tabela 2: Receitas do marketing olímpico ao longo dos anos. Não incluem receitas geradas pela organização local.

Fonte: IOC Marketing Facts File, 2014.

Enquanto detentor dos direitos de transmissão de imagens, que inclui televisão, mídias móveis (celulares e *tablets*) e internet, o IOC é responsável por negociar sua distribuição mundialmente. Desde a década de 1990, a negociação é feita não mais por edição dos Jogos, mas em longo termo (três edições de Verão e duas de Inverno). Os direitos de transmissão são leiloados entre as principais emissoras de cada país, vencendo aquelas que cobrem o mais amplo território e oferecem maior lance, conhecidas como Games' Rights Holding Broadcasters (RHB)¹²⁷.

As parcerias estabelecidas com as RHB de cada país têm por objetivo, segundo o IOC, garantir a extensão global da cobertura, promover os ideais olímpicos e “aumentar a consciência sobre

¹²⁷ Emissoras detentoras dos direitos de transmissão.

o trabalho do Movimento Olímpico ao redor do mundo.” (IOC, 2014, p. 22). A compra do direito traz acoplado o compromisso tácito tensionador do conteúdo jornalístico, já que as empresas parceiras estão comprometidas integralmente com essa premissa, e isso envolve a produção de reportagens antes do início dos jogos e se estende após seu término, como vimos na seção 2.2 em relação ao *Globo Esporte* da Rede Globo e na reportagem de fevereiro do *Jornal Nacional*, baluarte dos valores jornalísticos da emissora. (Figura 11) Depois de ocupar minutos do horário mais nobre da programação da televisão brasileira (JOST, 2010), a notícia se espalhou pela internet, no portal da emissora, em vários outros *sites* e nas conexões em redes sociais.



Figura 11: Reportagem do Jornal Nacional, de 27 de fevereiro de 2015, reproduzida na web.

Fonte: Portal G1.

Além de garantir financiamento de longo prazo ao Movimento e aos Jogos Olímpicos, os contratos com as emissoras procuram assegurar o alto padrão de qualidade das transmissões de maneira a, enuncia o IOC, “desenvolver fortes associações Olímpicas e fortalecer a identidade de cada parceiro, em seu país e território” (IOC, 2014, p. 22). Isso significa maximizar a visibilidade por meio da exploração de todas as mídias disponíveis, inclusive as novas tecnologias midiáticas e silenciar movimentos contrários a essa técnica.

As imagens da programação olímpica são geradas pelo Olympic Broadcast Services (OBS), criado em 2001 com a responsabilidade de captar som e vídeo, “de forma imparcial”, de todos os jogos e eventos olímpicos, gerando o chamado Internacional Signal (Sinal Internacional) ou World Feed (Provedor Mundial). “A OBS faz isso para garantir que todas as obrigações contratuais do IOC sejam cumpridas”, de acordo com o *site* oficial¹²⁸ do serviço. A OBS

¹²⁸ Cf. <www.obs.tv>.

também é responsável pelo acompanhamento da construção da infraestrutura destinada às operações da mídia, credenciamento, hospedagem, alimentação e transporte dos profissionais de todos os países encarregados da cobertura.

Essa infraestrutura inclui o International Broadcasting Centre (IBC), prédio onde está centralizada a produção. “Se o IBC falhar”, diz o vídeo institucional da OBS (2015)¹²⁹ sobre Sochi/2014, “os Jogos não serão vistos em lugar algum, exceto nas arenas onde acontecem,” responsabilidade que a leva a se autodenominar a “mais robusta e sofisticada operação de transmissão midiática do mundo” (OBS, 2015). Embora seja uma instalação temporária, o IBC é construído com infraestrutura igual ou superior às das maiores emissoras do planeta. Todos os equipamentos são testados na sede, em Madri, antes de serem encaminhados aos países-sede. Centenas de contêineres cruzam os mares e céus para garantir as transmissões dos Jogos. A equipe técnica de transmissão chega à cidade-sede com seis meses de antecedência.

Os prédios do IOC e as relações ali estabelecidas constituem curvas de visibilidade conformadas por linhas de força e fuga capazes de também interferir nos planejamentos das coberturas midiáticas e jornalísticas. Além do *status* dos jornalistas, como veremos adiante, esses prédios se transformaram em fonte de pautas paralelas rebeldes (THOMPSON, 2008), trazendo à tona segredos e contradições dos bastidores olímpicos, como é o caso das revelações de que a rede de televisão NBC carrega com ela, a cada edição dos Jogos, uma loja particular da empresa americana de cafés Starbucks¹³⁰. Por não ser patrocinadora oficial, a Starbucks estaria, oficialmente, proibida de fornecer produtos em áreas internas ou externas do Parque Olímpico. Entretanto, considere-se, a NBC é hoje a principal fonte de rendas do IOC, maior fonte de visibilidade dos Jogos em território americano.

Som e imagem são capturados com a máxima qualidade possibilitada pelas mais avançadas tecnologias disponíveis em cada época, o que transforma as Olimpíadas em uma disputada vitrine tecnológica e de *expertise* para emissoras e fabricantes de equipamentos. Milhares de microfones são espalhados pelas arenas; segundo o consultor de áudio da OBS, Dennis Baxter, é possível “quase ouvir o medo dos atletas” (OBS, 2014). A esse tipo de interação Thompson

¹²⁹ Vídeo institucional sobre as operações da OCBS em Sochi. Disponível em: <<https://www.obs.tv/>>. Acesso em: 20 mar. 2015.

¹³⁰ THE WALL STREET JOURNAL. Here's the Skinny on NBC's Olympic Latte Secret: Network's Private Coffee Bar Stirs Envy Inside Restricted Java Zone. 17 de fevereiro de 2014. Disponível em: <<http://www.wsj.com/articles/SB10001424052702304434104579383363676015636>>. Acesso em: 3 abr. 2015.

(2004, p. 19) chama de “intimidade não recíproca a distância”, troca simbólica “quase-mediada”. As tecnologias também devem garantir “que as audiências de todo o mundo vejam a emoção no rosto dos atletas e dos espectadores presentes para apreciar porque os Jogos Olímpicos são mais especiais do que qualquer outro evento esportivo.” (OBS, 2014, 10’58”). Segundo Jost (2010, p. 46), a intimidade é um dos traços da linguagem televisual. Para ele, esta é uma das formas “de estabelecer uma ligação próxima da conversação” com os telespectadores, garantindo audiência e ampliando a visibilidade olímpica.

Em seu discurso, a OBS tenta aproximar as expectativas de uma audiência baseada nas práticas horizontais e a perspectiva verticalizada de sua transmissão ao afirmar que os “Jogos só conseguirão inspirar as futuras gerações se eles puderem ver a ação com a mesma qualidade e precisão com que estão acostumados em seus videogames de alta resolução” (OBS, 2014, 11’15”). Por isso, há massivo investimento em recursos e profissionais não apenas na captura de imagem e som, mas em camadas gráficas com o objetivo de facilitar o entendimento das cenas e jogos. Além de transmitir as provas, a OBS realiza e disponibiliza entrevistas (com microfones sem canopla, o que permite a utilização por qualquer emissora), bem como faz a cobertura dos bastidores e acontecimentos no entorno olímpico. Boa parte dessa produção acontece nos meses que antecedem a cerimônia de abertura e continuam durante e após os Jogos.

As reuniões com as emissoras parceiras para informações sobre os planos de cobertura têm início três anos antes dos Jogos, para que possam programar com antecedência suas estruturas unilaterais (aquelas destinadas a mostrar aspectos específicos dos Jogos para o público local), estratégia nascida nos anos 1970 para garantir maior número de audiência com interesses diferenciados. Cada emissora parceira monta seus estúdios dentro do IBC, sob supervisão da OBS, responsável pelo fluxo de informações e operações das zonas mistas, onde acontecem entrevistas exclusivas com desportistas. Também a cargo da OBS está o Departamento de Serviço, que coordena o aluguel de espaços de transmissão para as emissoras parceiras em cada arena, uma área de disputas de poder, a depender do posicionamento e infraestrutura de cada organização.

Outro serviço sob responsabilidade da OBS é o convênio, com universidades de cada país, para o treinamento de estudantes - um investimento em futuros profissionais para trabalhar nas Olimpíadas, em conformidade com o chamado “Padrão Olímpico”.

Visibilidade em alto grau, com mecanismos de controle e desvios mínimos. O dispositivo esportivo, operado no contexto olímpico tem ainda na televisão sua expressão midiática primeira, com grandes investimento, o que nos faz confirmar a centralidade dessa mídia e seus espessamentos, em camadas protetoras contra as tensões externas.

Uma das possíveis tensões seria a internet e as suas possibilidades de enredamento e expressão não oficial, por parte dos diversos sujeitos envolvidos na construção desse megaevento. Muito embora a internet comercial tenha se expandido pelo mundo no início da década de 90 (1992, na Grã-Bretanha), e em 1996 já fosse utilizada para noticiar sobre os Jogos¹³¹ (TAYLOR, 1996), foi somente em 2008, nos Jogos de Pequim, que o IOC colocou em ação uma atualização do regime de gestão dos direitos audiovisuais. 2012 conforma-se, portanto, como a primeira oportunidade de rearranjo estratégico deste modelo disciplinar em uma edição de Verão.

Em 2008, o IOC chegou a um acordo com as empresas nativas da internet para distribuição audiovisual no Google e Terra. Porém, o que poderia parecer uma concessão às novas mídias conformou-se como uma estratégia conivente com os interesses olímpicos de expansão do território visual e controle policialesco do uso de imagens não autorizadas. Foi criado o canal Olímpico Pequim 2008 no Youtube destinado a países da Ásia, África e Oriente Médio, regiões em que os direitos de transmissão televisiva não são comercializados e nas quais o Google tem interesse em se expandir. Usuários do YouTube dessas regiões puderam assistir aos Jogos por meio da internet. Durante o evento, foram ofertados nesse canal 21 milhões de vídeos, de acordo com Peña (2012). Aos demais países do mundo, o acesso foi bloqueado e o Google, em acordo com o IOC, promoveu a retirada de todo o material publicado, de forma não autorizada, que pudesse concorrer com as televisões abertas e fechadas detentoras dos direitos de transmissão. “O canal Olímpico do Youtube se nutriu com os conteúdos provenientes dos sinais institucionais dos Jogos, porque Youtube e Google não são produtores de conteúdo, mas apenas portas de acesso ao mesmo, meros difusores.” (BATTELLE citado por PEÑA, 2012)

¹³¹ Segundo reportagem da GlobalMedia, várias empresas “proeminentes na web” dedicaram *sites* aos Jogos Olímpicos de Atlanta, inclusive a NBC. A Coca-Cola disponibilizou informações sobre os atletas. A AT&T investiu na interatividade e personalização do conteúdo. Após cadastrar-se, o usuário podia informar seu esporte de interesse. Na próxima visita, informações relativas às suas preferências seriam disponibilizadas. (TAYLOR, 1996)

Esse acordo esteve marcado pela estratégia de proteção da exclusividade dos direitos televisivos, sobretudo no mercado estadunidense.

Google contava com conteúdos exclusivos emitíveis naqueles países que não lesassem os direitos audiovisuais e atuava diligentemente, eliminando de forma rápida de seus serviços aqueles vídeos publicados pelos usuários e que poderiam prejudicar os direitos adquiridos pela NBC. Neste sentido, Google eliminou de seus servidores 19.000 vídeos que prejudicavam estes direitos adquiridos (PEÑA, 2012, p. 226).

Em 2009, entre outros temas, o Congresso Olímpico, em regime de consultoria, como vimos anteriormente, discutiu o que foi chamado de Revolução Digital. O palestrante principal foi Sir Martin Sorrell, presidente da WPP Group Plc, poderosa empresa de comunicação e *marketing* global conectada ao universo olímpico, tendo sido uma das responsáveis pela estratégia que levou à escolha de Londres como sede das Olimpíadas de 2012. A WPP¹³² emprega 165 mil pessoas, em três mil escritórios em 110 países. Tem como clientes 350 das 500 empresas da lista Fortune Global, o que a credencia como fonte privilegiada quando buscamos apurar lógicas de saber e poder.

Sorrell apontou como implicações dessa revolução o fato de as mídias tornarem-se cada vez mais **endereçáveis** (mensagens mais direcionadas e individualizadas), **portáteis** (atravessando transversalmente plataformas, tempo, aparatos e lugares, exigindo engajamento com as marcas), **buscáveis** (com visões negativas ou positivas, tudo estará visível e não haverá onde se esconder), **social** (melhores canais de comunicação e mais colaboração), **interativas** (por meio de redes sociais e consoles de games), **transacional** (com *outdoors* se transformando em prateleiras) e **ubíquas** (estarão em todos os lugares) (SORRELL, 2009, p. 186).

Revolução Digital levou a uma revolução através da democratização das ferramentas de produção, distribuição, consumo e personalização. Os consumidores não estão satisfeitos com o consumo de conteúdo criado pelas redes de televisão. Os consumidores estão mais ativos e criativos do que nunca. A adoção generalizada de blogs, podcasts, YouTube e Wikis permite às pessoas criar conteúdo próprio, enquanto trocam conteúdo com milhares

¹³² Cf. <<http://www.wpp.com>>.

de outras fontes "não-profissionais" (SORRELL, 2009, p. 186, tradução nossa).¹³³

A fala seguinte de Sorrell nos fornece importantes pistas para compreender as estratégias do IOC frente às linhas de força em tensão com o modelo olímpico de sustentabilidade, baseado na parceria com a televisão. Para ele, empreendimentos esportivos são

conteúdo *premium*, ao vivo e continuarão a atrair o público, estimular o debate e comandar *top* dólares de publicidade. Até este ponto, os eventos esportivos globais são patrimônios altamente valiosos para os patrocinadores e anunciantes porque garantem uma audiência ao vivo de pessoas engajadas com suas paixões (SORRELL, 2009, p. 186, tradução nossa).¹³⁴

A WPP investiu em uma ferramenta - SportZ - para ajudar seus clientes a entenderem o comportamento dos fãs de esporte (e explorá-lo). Uma busca na *web* nos remete a um *press release* de 2003, data do lançamento da ferramenta, no qual o chefe-executivo da empresa responsável pelo desenvolvimento afirma: “neste tempo em que perguntas estão sendo feitas sobre o futuro do patrocínio esportivo, SportZ é o primeiro estudo internacional planejado para quantificar e qualificar o valor do esporte entre as únicas pessoas que realmente importam: os fãs.” (POOLER, 2003, s.p.)¹³⁵. Essa conclusão, à época, foi tirada a partir de entrevistas com 21 mil pessoas, fãs de esporte, com idade acima de 15 anos em apenas oito países: França, Alemanha, Itália, Espanha, Grã-Bretanha, China e Estados Unidos.

Com relação às Olimpíadas, o consultor informa em sua palestra que um evento como as Olimpíadas de Pequim compartilha o mesmo valor das mais poderosas marcas do mundo, sendo necessário traçar estratégias para balancear a força do evento ao vivo com o desejo de conteúdo para além dos 16 dias de jogo.

¹³³ [...] the Digital Revolution has led to a user revolution through the democratisation of the tools of production, distribution, consumption and personalisation. Consumers are no longer satisfied with consuming content that the television networks create. Consumers are more active and creative than ever. The widespread adoption of blogs, podcasts, YouTube and Wikis enables people to create their own content, while exchanging content with thousands of other “non-professional” sources.

¹³⁴ premium content and live content will continue to attract audiences, stimulate debate and command top advertising dollars. To this point, global sporting events are highly valuable real estate for sponsors and advertisers, because they guarantee a live mass audience of people engaged in their passions.

¹³⁵ POOLER, Mandy. In: PRESS RELEASE. WPP sports specialist companies launch global sports brands study: SportZ. 11 de março de 2003. Disponível em: <<http://wpp.com/wpp/press/2003/mar/11/wpp-sports-specialist-companies-launch-global-sports/>>. Acesso em: 20 mar. 2015.

Sobre a conexão Olimpíadas-televisão, um problema identificado pelo consultor é a idade da audiência, cada vez mais envelhecida, com reflexo na idade da audiência olímpica. Pequim, segundo ele, teria oferecido uma visão do futuro ao se apresentar como o mais assistido evento televisivo da história, com 3.600 horas de transmissão, mais do que todos os jogos anteriores somados.

No NBCOlympics.com, 70 milhões de *streams* de vídeo e outro 600 milhões de minutos de vídeo foram assistidos, um número impressionante quando comparado com os Jogos de Inverno de Turim, com 9,1 milhões de transmissões de vídeo, dupla que serviu em Atenas, em 2004. De acordo com pesquisa realizada pela NBC, a quantidade média de tempo gasto assistindo às Olimpíadas na internet e TV conjugadas foi aproximadamente o dobro da quantidade de tempo que os espectadores gastaram só com a TV. Seis horas e 57 minutos de ação olímpica foram consumidos pelos telespectadores de internet e TV em comparação com apenas três horas e 26 minutos de telespectadores só de televisão. Para as marcas, os internautas absorveram as mensagens de anúncios de forma mais eficaz do que apenas os telespectadores de TV. O *recall* da marca para os telespectadores de internet e TV foi de 46%, em comparação com 35% para os telespectadores só de televisão (SORRELL, 2009, p. 186, tradução nossa).¹³⁶

Londres, dizia ele, avança ainda mais por meio do engajamento do público mais jovem, ao investir no Youtube: à época de Pequim, cerca de 32% dos visitantes londrinos tinham entre 13 e 17 anos; e 50% menos de 50 anos. O conselho de Sorrell foi buscar as novas audiências, formatando suas mensagens para diferentes plataformas, numa perspectiva de proliferação de conteúdo multiplataforma.

Com relação às possibilidades de interatividade *on-line* com os conteúdos dos Jogos Olímpicos, por meio das redes sociais digitais, foi realizada uma auditoria nas mídias *on-line* para verificar como redes sociais, blogues e *micro-blogging* se encaixam no que ele chama de “conversações olímpicas” de forma mais ampla.

¹³⁶ At NBCOlympics.com, 70 million video streams and 600 million minutes of video were watched, a staggering number when compared to the Winter Games in Torino, which served 9.1 million video streams, double that served in Athens in 2004. In research conducted by NBC, the average amount of time internet & TV viewers spent watching the Olympics was roughly double the amount of time TV-only viewers spent with the event. Six hours and 57 minutes of Olympic action was consumed by internet & TV viewers compared to just three hours and 26 minutes by TV-only viewers. For brands, internet viewers absorbed ad messages more effectively than TV-only viewers. Brand recall for internet & TV viewers was 46%, compared to 35% for TV-only viewers.

Este trabalho claramente demonstra um enorme volume de conversas com temas olímpicos e uma associação mais profunda com eventos olímpicos em todas as formas de mídia *on-line*, superando outros eventos, tais como: Wimbledon e Fórmula 1. Como mais de 250 milhões de pessoas ao redor do mundo já utilizam o Facebook ativamente, esta relação só está aumentando. [...] Você precisa pensar: Como pode ser uma parte da conversa e alavancar comunidades e redes sociais em seu benefício? (SORRELL, 2009, p. 186, tradução nossa)¹³⁷

A partir dessa problematização, Sorrell (2009) apresenta o que deveria ser a estratégia de reação do Movimento Olímpico frente às linhas de força externas representadas pela internet. Em resumo: compreender a audiência; conquistar a juventude; observar o que faz sucesso e tomar como exemplo; ir aonde o público está (“se eles estão *on-line*, você vai *on-line*” (SORRELL, 2009, p. 186); expandir o conteúdo temporalmente para além dos dias do evento; espelhar-se em *franchises* de sucesso como X-Factor e Pop Idol; fazer a audiência sentir-se participativa; utilizar o poder dos atletas como embaixadores em seus esportes; reconhecer a nova geração de heróis esportivos, como Usain Bolt, utilizando-os para gerar interesse pelos Jogos; ajudar e empoderar os atletas, dando-lhes ferramenta para suas experiências pessoais, como um blogue ou um canal pessoal no Youtube, conteúdo no Twitter. Enfim, explorar o que Santaella e Lemos (2010, p. 10) chamam de “irresistível e misteriosa força de atração que as celebridades exercem sobre o comum dos mortais”.

Como exemplo, Sorrell cita a experiência da LeNovo em Pequim, quando criou o projeto Vozes dos Jogos Olímpicos, em que cem atletas olímpicos em todo o mundo blogavam sobre suas experiências utilizando um *notebook* com tecnologia LeNovo. “Seus 1.500 *posts* nos blogues geraram mais de 8 mil comentários de fãs, 1,6 milhões de visitas ao *website*, 120 mil *downloads* no Facebook, e 60 mil *downloads* de aplicativo.” (SORRELL, 2009, p. 189)

Sorrell lembra ainda que um conteúdo no Youtube pode chegar a gerar a mesma audiência da televisão em vídeos, como os recordes quebrados por Bolt. Por isso, as marcas devem estar presentes nos ambientes digitais frequentados pelos jovens, construindo ali uma reputação

¹³⁷ This work clearly demonstrated a huge volume of Olympic-themed conversations and a deeper association with Olympic events across all forms of online media, surpassing other events such as Wimbledon and Formula 1. With over 250 million people around the world now actively using the Facebook social networking site, this can only increase. (This includes people in every continent, even Antarctica. If Facebook were a country, it would be the eighth most populated in the world, just ahead of Japan, Russia and Nigeria.) You need to think: How can you be a part of the conversation and leverage communities and social networks to your advantage?

de credibilidade, sem restringir o uso com *copyright*. “Deixe as crianças brincarem”, recomenda.

Em resumo, a revolução digital já mudou o cenário da mídia, e a forma como o esporte é consumido nunca mais será a mesma. A oportunidade para detentores dos direitos como IOS é enorme: em termos de ampliar acesso a novos mercados e audiências, aprofundar as experiências dos fãs por meio da exploração das tecnologias digitais e ampliar o acesso ao evento distribuindo conteúdo de novas maneiras. O risco estará em não aproveitar esses canais e falhar em adaptar ao novo mundo *on-line* das comunicações. Se os esportes olímpicos e a forma como se promovem *on-line* e no universo móvel não apelarem à audiência jovem, irão perder audiência. Emissoras irão reduzir o valor pago pelos direitos e o Movimento estará em risco (SORRELL, 2009, p. 190, tradução nossa).¹³⁸

Boa parte da receita de Sorrell foi seguida pelo IOC.

Com relação às redes sociais, como YouTube e Twitter, elas foram incorporadas pelo IOC nos Jogos Olímpicos de Vancouver em 2010, por meio de uma lógica bastante particular, com a criação de canais no Facebook e Twitter, conquistando grande número de fãs, mas baixo índice de interatividade, já que as páginas foram utilizadas para disseminar informação disponível no *site* do IOC (PEÑA, 2012).

Segundo Yannis Exarchos, Chefe-Executivo da OBS,

está muito claro que as emissoras querem mais conteúdo, mais coisas do entorno das competições, mais entrevistas, mais histórias de bastidores e por isso tomamos várias iniciativas para permitir às emissoras fazerem mais, com menos recursos. Nós fornecemos imagens em computadores, mídias móveis, *tablets*, em muitos territórios em que os Jogos nunca estiveram presentes, como África, Caribe, países asiáticos. [...] Com a emergência do digital, estamos experimentando uma verdadeira revolução digital. Aquilo que falamos há cerca de dez anos está acontecendo agora. As mídias digitais se tornam tão importantes quanto as emissoras tradicionais. Digital agora é *mainstream* (EXARCHOS, 2014, 23’05”).

¹³⁸ In summary, the digital revolution has already changed the media landscape, and the way in which sport is consumed will never be the same again. The opportunity for sports rights-holders such as the IOC is huge: in terms of broader access to new markets and audiences, deeper fan experiences through leveraging digital technologies, and longer event access through distributing new content in fresh ways. The risk, however, is that we do not harness these new channels and fail to adapt to the new online world of communications. If the Olympic sports themselves, and the way they are promoted online and on mobile, do not appeal to the younger audience, they will lose that audience. Broadcasters will reduce their fees and the Movement will be at risk.

O que está em jogo, em todo esse discurso, são as estratégias do Movimento Olímpico em relação às forças externas que colocam em xeque seu modelo de sustentabilidade econômica, erigido sobre os regimes de visibilidade característicos de uma lógica verticalizada que tem como sustentáculo a televisão. Trata-se, segundo Thompson (2008, p. 15), de estratégias explícitas por parte dos que reconhecem na “visibilidade mediada uma arma possível no enfrentamento das lutas diárias”. Afinal, a inabilidade pode comprometer todo um patrimônio cuidadosamente construído em torno de um regime domado de visibilidade, que agora se vê ameaçado. “O ambiente da informação está mais intenso, mais extensivo e menos controlável do que no passado”, ressalta Thompson (2008, p. 36). A resposta do IOC e suas formas de preenchimento estratégico estão explícitas no discurso de seu consultor: explorar as oportunidades trazidas pela multiplicidade de telas, pela intermedialidade, aproximando-se, dessa maneira, da audiência jovem dispersa, capturada pelo universo dos *games* e de *sites* de redes sociais que se sucedem. Fazer isso, entretanto, sem colocar em risco as relações a tanto custo construídas com o universo televisivo. Foram anos de acordos frágeis, expressos em cifras milionárias e que agora encontram-se tensionados pelas lógicas comunicacionais horizontalizadas característica da convergência de mídias. Permitir o vazamento de uma imagem comprada em regime de exclusividade por uma emissora tradicional de televisão significa fazer ruir essa conexão. Daí as normas, as punições, os apagamentos e a construção de discursos contraditórios de engajamento, conexão, juventude. Silencia-se, entretanto, sobre as linhas de fissura configuradas por aqueles que questionam o dispositivo esportivo em sua vertente mega. Ignora-se uma ampla memória de protestos e questionamentos acumulada nas memórias das redes. Os dispositivos, por si, ainda que acoplados, já não respondem a tantas camadas de conversas e realidades sobrepostas, em visualidades, territorialidades e temporalidades expandidas. Foucault, como observa Thompson, não deu a devida atenção às mídias em seus dispositivos de saber/poder. Daí a nossa proposta do hiperdispositivo como um atlas para ler essas tramas da convergência e decifrar as reconfigurações do jornalismo nesse ambiente tensionado. Antes, necessitamos justamente compreender as conexões entre jornalismo e Olimpismo.

2.5.2 Relações com a imprensa e o jornalismo olímpico

O Comitê Olímpico Internacional zela sistematicamente por sua imagem de evento esportivo associado a altos padrões de excelência, cooperação internacional, paz e orgulho nacional

(IOC, 1998, p. 18). Esse zelo passa cada vez mais pelas relações com a imprensa, incluindo um time de profissionais especializados na cobertura olímpica, sustentáculo da curva de visibilidade em sua expressão máxima.

Entretanto, aquilo que se apresenta invariavelmente como uma relação baseada na cumplicidade mútua está sujeito a disciplinas restritivas descritas em livretos e manuais entregues aos profissionais credenciados, entre eles: Media handbook; Press facilities and services guide; Press accommodation guide for the Olympic Games; IOC marketing: media guide; Media guide team (cada país tem o seu); Opening e Closing ceremony media guide. Alguns desses documentos chegam às redações com anos de antecedência.

Essas normas respondem às determinações da Carta maior do Olimpismo, a Olympic Charter. Adi (2013) realizou um estudo comparativo entre as diversas versões do Artigo 49 da Carta Olímpica, que trata das relações com a mídia e a imprensa e das reuniões do Comitê sobre o tema. De acordo com o estudo, apenas em 1930 o IOC começou a se preocupar com a organização da mídia nas arenas. Na seção XVII, ficou estabelecido que “o Comitê Organizador deve fazer os arranjos necessários para o registro fotográfico e de imagens em movimento, mas deve organizar e limitar estes serviços de maneira a não interferir com a conduta dos Jogos.” (IOC, 1930 citado por ADI, 2013, p. 49). Neste mesmo ano, foi determinada a reserva de espaço privilegiado para a imprensa no estádio olímpico.

A partir de 1956, as restrições à imprensa passaram a atingir também o público na medida em que os aparelhos de registro fotográfico e de vídeo foram ficando menores, mais acessíveis e as pessoas passaram a levá-los aos Jogos. (Figura 12) Naquele ano, de acordo com Adi (2013), o Comitê Executivo recomendou aos organizadores em Melbourne, Austrália, permitir aos espectadores fotografar e filmar o evento, desde que para uso pessoal.

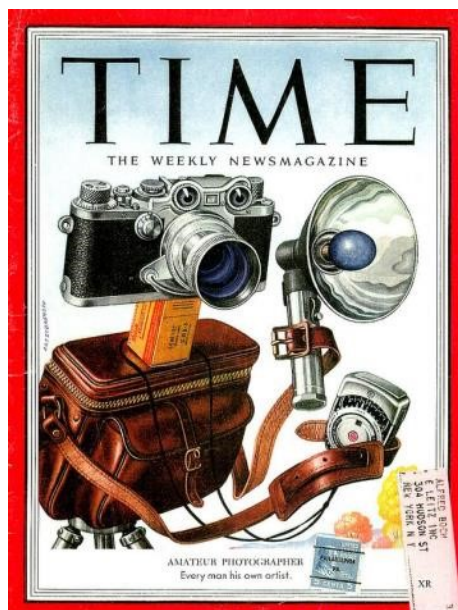


Figura 12: Capa da revista Time sobre a portabilidade dos equipamentos fotográficos.
Fonte: Time.

As adequações na norma continuaram, principalmente em relação aos direitos de transmissão de imagens televisivas. Cientes da necessidade de lidar com a imprensa de maneira mais profissional e buscando controlar as informações destinadas aos repórteres, em 1959, membros do Comitê Olímpico começaram a discutir a possibilidade de alocar fundos para o trabalho de relações públicas. “Isso nos daria a oportunidade de promover e reviver os ideais Olímpicos com métodos atualizados. Esta questão deveria ser levada a exame. Ele [o então presidente do IOC] também acha que devemos assistir a imprensa em suas tarefas fornecendo-lhe mais informações.” (IOC, 1957 citado por ADI, 2013)

Com o aumento do número de jornalistas na década de 70, a relação com a imprensa se profissionalizou. A televisão atuou como importante linha de força na modelagem da atuação dos jornalistas na cobertura dos Jogos Olímpicos. À medida em que se definia o modelo de sustentação econômica por meio da venda de direito de imagem, ampliavam-se os mecanismos disciplinares, implicando, por exemplo, a diferenciação entre jornalismo e entretenimento.

A cobertura jornalística, seja no cinema ou na televisão, deverá ser limitada a programas regulares em que as notícias sejam a essência, tanto em redes quanto em estações avulsas ou cinema. Nenhum programa poderá utilizar mais do que três minutos de imagens da cobertura olímpica por dia. Nenhuma rede, estação de televisão ou cinema poderá utilizar mais do que

três apresentações dessa cobertura por dia e deverá haver pelo menos quatro horas entre as apresentações. Em nenhum caso a cobertura pode ser utilizada para compilação em nenhum tipo de programa olímpico especial (IOC, 1971 citado por ADI, 2013, p. 51, tradução nossa).¹³⁹

Segundo Adi (2013), os parágrafos da Carta Olímpica relacionados ao credenciamento de jornalistas foram revisados várias vezes na década de 1970. Além das empresas de comunicação, também indivíduos participantes dos jogos foram proibidos de fazer edições especiais das imagens registradas nas arenas.

Em 1974, as regulações foram revisadas mais profundamente. A Regra 48 tratou de: “credenciamento”, “imprensa escrita, rádio, imprensa filmada [sic], cinema”, “direitos e concessões”, “notícias”, “filmes técnicos” e “filme Olímpico”. Atenção especial foi dada aos atletas e oficiais e seu potencial papel midiático. Ambos os grupos foram proibidos de agir como jornalistas credenciados ou tirar fotografias ou gravar vídeos especialmente durante as cerimônias de abertura e encerramento dos Jogos (ADI, 2013, p. 52, tradução nossa).¹⁴⁰

O credenciamento de jornalistas, em 1978, já era tratado como estratégico e estava nas mãos exclusivamente do Comitê Olímpico, que se reservava o direito “de conceder ou recusar credenciamento a qualquer candidato ou de retirar qualquer credenciamento já concedido.” (IOC, 1978 citado por ADI, 2013, p. 53, tradução nossa).¹⁴¹

Essas normas permaneceram com pequenas mudanças, até 1992, quando a presença da imprensa nos estádios passou a ser vinculada ao destaque dos esportes em cada país. Assim, quanto maior o interesse de um país por determinado esporte, mais bem colocado estaria o jornalista. Além dessa vinculação, o IOC passou a ter como objetivo promover o Movimento Olímpico e o Olimpismo por meio da cobertura midiática.

¹³⁹ News coverage showing, whether cinema or tele vision, shall be limited to regularly scheduled program, where news is its essence either of networks, individual stations, or cinemas. No individual program may use more than three minutes of Olympic Coverage a day. No network, television station, or cinema may use more than three presentation of such coverage per day and there shall be at least four hours between presentations. In no case can this coverage be used for the com-pilation of any kind of special Olympic program.

¹⁴⁰ In 1974, the regulations were further revised. Rule 48 dealt with: “accreditation”, “written press, radio, filmed [sic] press, cinema”, “rights and concessions”, “news”, “technical films” and “Olympic film”. Special attention was given to athletes and officials and their potential media role. Both groups were prohibited to act as accredited journalists or to take photos or record video especially during the Opening and Closing Ceremonies of the Games.

¹⁴¹ The Executive Board of the IOC, whose decision shall be final and binding, reserves the right to grant or to refuse accreditation in the case of any applicant or to withdraw any accreditation already granted.

Atlanta (1996) ficou marcado por uma virada significativa na infraestrutura de cobertura dos Jogos e amplo reposicionamento estratégico do IOC em relação à imprensa, depois de uma série de problemas ter prejudicado o trabalho dos jornalistas, ficando patente o reflexo dessas falhas na cobertura negativa dos jogos.

Os membros da imprensa internacional experimentaram problemas de transporte para chegar aos locais das provas espalhados pela cidade. Muitos jornalistas chegaram tarde e perderam provas porque ônibus quebraram e alguns motoristas ficaram perdidos. Também houve atrasos na apresentação dos resultados dos eventos esportivos porque o sistema modelo de computação não conseguiu entregar dados de vários locais de competição. Isso fez com que prazos não fossem cumpridos e frustrou jornalistas de todo o mundo. Suas reportagens sobre os jogos passaram a criticar os organizadores locais e a própria cidade (NEWMAN, 2004, p. xxx, tradução nossa).¹⁴²

Como resultado, 56% dos artigos sobre Atlanta como cidade-sede foram negativos (RIVENBURGH, 1997), o que levou o IOC a determinar mais atenção à infraestrutura disponível para o trabalho dos jornalistas. A mesma situação se repetiu em Sochi, em 2014, desta vez com ampla repercussão nas redes sociais, em postagens nas quais os jornalistas mostravam as precárias condições de hospedagem. As imagens foram remixadas e correram o mundo em críticas aos russos, aos altos investimentos nos Jogos e atraso nas conclusões das obras. Após o início dos Jogos, as críticas reduziram-se drasticamente; porém, esses registros continuam disponíveis na *web*, conformando-se em mais uma camada de tensão a ser acionada em futuras coberturas olímpicas.

2.5.2.1 Uma família comprometida em regime de lealdade: ENR, NAJ, CJ e agregados

Como vimos anteriormente, o modelo de negócios que sustenta o bilionário comércio olímpico está baseado em um acordo comercial e moral, ao ponto de seus integrantes serem

¹⁴² Members of the international press corps experienced transportation problems getting to venues near downtown from their housing in scattered locations throughout the metropolitan area. Many journalists were late or missed events as some buses broke down and a few drivers became lost. There were also delays in reporting the results of athletic events as a state-of-the-art computer system failed to deliver data from the various competition sites. This caused missed deadlines and added to the frustration of journalists from all over the world. Their reports on the games were critical of local organizers and the city itself.

nomeados como Família Olímpica. Desta família, fazem parte as Broadcasters Rights Holders (Emissoras Oficiais) e os TOP anunciantes.

Ser parte da Família Olímpica faz toda a diferença desde o credenciamento inicial, passando pelo trabalho jornalístico durante o evento e concluindo com a reponsabilidade de zelar pelo legado olímpico posteriormente.

O credenciamento da imprensa é feito pelos Comitês de cada país, com dois anos de antecedência. O processo é dividido entre mídia impressa e fotografia; emissoras de rádio e TV, sendo que esta também se diferencia entre os detentores de direito de transmissão e os que não possuem cotas.

A imprensa escrita e fotográfica, incluindo suporte técnico e repórteres de emissoras de rádio e TV chamados de *non-right holders*, é credenciada em uma categoria genérica chamada Categoria E. A quantidade de profissionais credenciados é determinada a cada jogo, levando em consideração a edição anterior. Nas últimas Olimpíadas, as credenciais para jornalistas dividiram-se nas seguintes categorias: Jornalista (E), Jornalista Especializado (Es), Fotógrafo (EP), Fotógrafo Especializado (EPs), Técnicos (ET), Equipe de Suporte (EC), Não titulares de Direitos de Transmissão (ENR). (Quadro 1)

Accreditation category	Description
E JOURNALIST:	Journalist, editor, photographic editor employed or contracted by a world news agency, national agency, general daily newspaper, sports daily, sport magazine or periodical, internet sites and social media networks or independent/freelance journalist under contract
Es SPORT SPECIFIC JOURNALIST:	Journalist specializing in a sport on the Olympic Games program, meeting the same criteria as defined for category "E"
EP PHOTOGRAPHER:	Photographer meeting the same criteria as defined for category "E"
EPs SPORT SPECIFIC PHOTOGRAPHER:	Photographer specializing in a sport on the Olympic Games program, meeting the same criteria as defined in category "E"
ET TECHNICIAN:	Technician, meeting the same criteria as defined for category "E"
Ec SUPPORT STAFF:	Support staff (office assistant, interpreter, etc). Access to Main Press Centre (MPC) only. Assigned only to press groups or organisations that have reserved a private office space in the MPC
ENR Non-rights holding broadcasting organisation:	Member of a non-rights holding radio and/or television organisation.

Quadro 1: Categorias de credenciamento da imprensa nas Olimpíadas de Sochi 2014.
Fonte: IOC.

Essas diversas categorias, por si, já determinam o resultado da cobertura jornalística. Os portadores de um credenciamento ENR, por exemplo, só podem circular na Vila Olímpica sem equipamentos de áudio e vídeo. Também não têm direito a ingressos para as cerimônias de abertura e encerramento e não podem alugar escritórios de trabalho nos Centros de Mídia ou locais das provas (IOC, 2009)¹⁴³. São ainda estigmatizados pelos colegas, conforme relata o jornalista americano Howard Berkes:

Esse grupo usa credenciais olímpicos marcado com ENR, o que, em olímpiquês significa "emissora não detentora dos direitos de transmissão". Eles são os intocáveis da imprensa olímpica e estão impedidos de cobrir eventos de alta demanda (incluindo natação, cerimônias de abertura e encerramento, e as finais de basquete). Isso ainda deixa a maior parte das provas para os escarlates ENR, mas eles não podem entrar nas instalações olímpicas com gravadores, câmeras de vídeo ou microfones. Eles não podem gravar em "zonas mistas", onde os repórteres encontram os atletas pingando de suor, assim que caminham para fora da pista, do *deck* da piscina, da areia de vôlei de praia ou da arena da competição. E eles também não podem

¹⁴³ IOC. Extracts from the Manual of Media, nov. 2009 [Documento]

gravar com os atletas e treinadores medalhistas nas coletivas de imprensa que ocorrem nos locais da vitória (BERKES, 2012, p. 6, tradução nossa).¹⁴⁴

Esses jornalistas estarão sujeitos à boa vontade dos atletas de seus países, pois só podem gravar entrevistas se eles comparecerem ao Centro de Mídia e Imprensa (MPC) para dar entrevista. Segundo Berkes, jornalistas americanos acabam sendo privilegiados porque o Comitê Olímpico dos Estados Unidos empenha-se em fazer a intermediação, interferindo em favor daqueles que não pagaram os direitos de transmissão ao IOC.

Os detentores de direitos de transmissão, Right Holders ou Emissoras Oficiais, uma categoria diferenciada de jornalistas, detêm três vezes mais credenciais. “Esse pessoal está baseado no Centro Internacional de Transmissão (IBC), que é adjacente ao Centro de Mídia e Imprensa (MPC), mas estritamente fora de alcance para qualquer pessoa que não pagou muito dinheiro para estar lá.” (BERKES, 2012, p. 7, tradução nossa)¹⁴⁵

Até a alimentação dos jornalistas credenciados por essas grandes empresas de mídia é diferenciada. Segundo testemunho de Berkes, ele próprio um repórter olímpico, a relação entre os jornalistas é bastante amigável, pois as condições de trabalho nem sempre são favoráveis, o que leva repórteres a subverterem algumas normativas jornalísticas:

Mesmo com mais de 24 mil jornalistas e técnicos credenciados e competindo entre si, as histórias fluem. Mesmo no esmagado, malcheiroso e suado pacote, grandes momentos surgem e não demora muito abanando um caderno de notas ou um microfone para conseguir ângulos e detalhe exclusivos. E não conte aos editores que repórteres colegiais na linha de frente das zonas mistas compartilham livremente citações com a parte de trás, aqueles que estão muito longe dos atletas para ouvir o que foi dito. Afinal, estamos todos juntos nessa (BERKES, 2012, p. 7, tradução nossa).¹⁴⁶

¹⁴⁴ This latter group wears Olympic credentials marked "ENR," which is Olympic-ese for "non-rights-holding broadcaster." They are the untouchables of the Olympic press corps and they are barred from high-demand events (including swimming, opening and closing ceremonies, and basketball finals). That still leaves the bulk of competition for the scarlet-lettered ENRs but they can't enter Olympic venues with recorders, microphones or video cameras. They can't record in "mixed zones" where reporters encounter sweating or dripping athletes as soon as the Olympians walk off the track, the pool deck, the beach volleyball sand, or the competition arena. And they can't record medal-winning athletes and coaches at their victory news conferences at Olympic venues.

¹⁴⁵ These folks are based in the International Broadcast Centre (IBC) which is adjacent to the MPC but strictly off-limits to anyone who hasn't paid big bucks to be there.

¹⁴⁶ Even with more than 24,000 credentialed and competing journalists and technicians, the stories flow. Even in the sweaty and smelly crush of the pack, great moments emerge, and it doesn't take much waving of a notebook or microphone to find exclusive angles and details. And don't tell the editors, but collegial reporters at the front of the pack in a mixed zone freely share quotes with those at the back who are too far away from the athletes to hear what was said. We're all in this together, after all.

Curioso notar que as declarações de Berkes sobre os bastidores do trabalho da imprensa vieram a público pela facilidade de publicação na *web*. Também em Sochi/2014, a onda de reclamações da imprensa sobre as condições de trabalho tomou conta do Twitter. *Sites* como <<http://www.sportsjournalists.co.uk>> estão repletos de relatos¹⁴⁷ sobre os bastidores da imprensa nas Olimpíadas e ressaltam a diferença de tratamento entre jornalistas mais ou menos privilegiados.

As relações entre imprensa e IOC nem sempre estão pautadas pela completa isenção, principalmente em relação aos profissionais setorizados. Alguns chegam a ser convidados para carregar a tocha Olímpica. Outros, passam a integrar a International Olympic Committee's (IOC) Press Commission.

As linhas de sombra da relação imprensa e IOC, como conflitos de interesse, não são visíveis para aqueles que assistem à cobertura dos jogos.

Há muitos conflitos de interesse que fazem parte do mundo olímpico. O mais gritante entre os jornalistas pode ser aquele que envolve a titular dos direitos de transmissão americana NBC. A rede tem seu próprio membro sentado no IOC - Alex Gilady, o delegado do COI de Israel. Gilady é vice-presidente de longa data da NBC e foi parte da Comissão de Rádio e Televisão que supervisiona emissoras que cobrem o jogos (BERKES, 2012, p. 8, tradução nossa).¹⁴⁸

As denúncias de Berkes revelam relações entre esportes e jornalismo, constituídas desde os primórdios olímpicos, porém silenciadas em acordo tácito. Raramente vinham à tona nos tempos em que as notícias tinham como um de seus fatores determinantes a centrimetragem dos jornais e revistas impressos, a minutagem das TV e rádios. Esta não foi a única causa para esse assunto não virar pauta da imprensa, mas é certo que a expansão de espaço e o barateamento dos custos, além da possibilidade de alcance de mercados de nicho

¹⁴⁷ Por exemplo, o relato do jornalista Philip Barker sobre o trabalho da imprensa inglesa em Sochi - "Mixed fortunes for British press after Yarnold's gold" -, disponível em: <<http://www.sportsjournalists.co.uk/olympics/sochi-2014/mixed-fortunes-for-press-after-yarnolds-gold-medal/>>.

¹⁴⁸ There are many conflicts of interest that are part of the Olympic world. The most blatant among journalists may be the one that involves American broadcast rights-holder NBC. The network has its own sitting member on the IOC—Alex Gilady, the IOC delegate from Israel. Gilady is a longtime vice president of NBC and has been part of the Radio and Television Commission that has oversight over broadcasters covering the games. In June of last year, NBC was again awarded exclusive American rights to Olympic broadcast coverage. The \$4.38 billion deal that extends through the 2020 games assures the network of an unbroken string of 11 winter and summer Olympics

(ANDERSON, 2006), nos possibilitam acesso a saberes paralelos, marginais. São justamente esses saberes que, segundo Foucault, constituem o interesse das genealogias de saber-poder, tarefa a que nos empreendemos no próximo capítulo para compreender, historicamente, as configurações do nosso hiperdispositivo.

CAPÍTULO 3 O HIPERDISPOSITIVO DE CONVERGÊNCIA EM PERSPECTIVA GENEALÓGICA: VISUALIDADES, TERRITORIALIDADES E TEMPORALIDADES CONSTRUÍDAS

Como vimos, as estratégias de constituição, manutenção e consolidação ou recomposição das relações de poder e saber no universo olímpico estão imersas em técnicas eficazes que iluminam o espetáculo e promovem o apagamento de discórdias, contradições e conflitos. Muitos desses apagamentos estão relacionados às fissuras características do tensionamento entre lógicas midiáticas distintas, ainda que complementares, características do processo convergente. Defendemos que essa dinâmica de luzes e sombras permite traçar pontos de conexão entre os dispositivos esportivo, midiático e jornalístico, revelando os contornos do cenário no qual este processo se constitui historicamente enquanto hiperdispositivo.

Consideramos, baseados em discussões nos capítulos anteriores e detalhamentos posteriores, que esses pontos de conexão podem ser agregados em torno de três marcos principais: temporalidades, visualidades e territorialidades. Estes, por sua vez, são conformados, implementados, consolidados ou desconstruídos por meio da produção, acumulação, circulação e funcionamento de discursos (FOUCAULT, 1980, p. 93) intrinsecamente relacionados aos mecanismos de comunicação complexificados contemporaneamente em um ambiente de “comunicação generalizada, na qual a vida social, as mentalidades, os valores e os processos culturais parecem definitivamente vinculados a telas, monitores e ambientes virtuais.” (MORAES, 2010, p. 11). Tais mecanismos estão também vinculados às cidades, assim como aos tempos e aos modos de ver e viver de cada um, de tal modo que se encontram cada vez mais atravessados pelos processos midiáticos.

Alzamora e Ziller (2013, p. 117) ressaltam a dificuldade em se caracterizar mídia na atualidade, já que, “do ponto de vista empírico, a maior parte dos dispositivos tecnológicos cumprem hoje funções midiáticas” e, do ponto de vista conceitual, parâmetros teóricos e metodológicos “situam-se no âmbito da comunicação de massa, na qual o conceito de mídia consagrou-se”. Naquele cenário, ressaltam

[...] entendia-se que rádio, jornal, televisão e revista, por exemplo, eram meios de comunicação de massa, médium ou média, no plural. Essa perspectiva, que de certo modo ainda permeia os estudos contemporâneos, aproximava a noção de mídia de canal ou suporte (ALZAMORA; ZILLER, 2013, p. 17).

No cenário da comunicação contemporânea, em que o fato de estar conectado à internet tem sido considerado parâmetro para caracterizar um dispositivo tecnológico como midiático, essas autoras entendem o dispositivo midiático como

[...] uma rede de relações que articula dimensões simbólicas, discursivas e institucionais em curvas de visibilidade e enunciação pelas quais se reconhece, como linha de força, o aparato midiático de origem. Atravessado por linhas heterogêneas, um dispositivo midiático se enreda ao outro por meio das conexões que o conformam (ALZAMORA; ZILLER, 2013, p. 119).

Nesta perspectiva, e considerando que a convergência de mídias, na visão de Jenkins (2006), “representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (JENKINS, 2006, p. 28), pressupõe-se a circulação em ambientes de mídias diversificados, regidos por lógicas distintas, embora muitas vezes complementares, como, por exemplo, a televisão e os *sites* de redes sociais, como Twitter, Facebook, Instagram etc.

Quando pensamos o megaevento midiático global das Olimpíadas, os acoplamentos se mostram exacerbados. Tempos, espaços e regimes visuais se amplificam, destacando ainda mais curvas e linhas em suas conexões e lógicas tensionadas. Os universos se misturam, cada qual mobilizando, à sua maneira, discursos multi, inter, transmidiáticos.

Em 2011, por exemplo, a BBC anunciou, como vimos, seu projeto de cobertura dos Jogos Olímpicos de Londres em 2012, nomeado como multiplataforma. Após as Olimpíadas, um dos diretores gerais da emissora, Chris Dobson (2012), afirmou ter sido a estratégia baseada no “comportamento transmídia” da audiência, hoje configurada de forma diferenciada do chamado “comportamento multimídia” de tempos atrás. Segundo ele, pela primeira vez na história da cobertura de um megaevento, o acesso digital superou em alguns momentos a televisão. Enquanto a TV chegou a alcançar 27 milhões de telespectadores, o acesso *on-line* teve picos de 34,6 milhões no Reino Unido. “Ninguém jamais tinha visto o mundo digital

superar a tv. Se você retorna quatro anos, a Pequim, banda larga estava apenas começando e era impossível pensar nesta perspectiva” (DOBSON, 2012, s.p.).

Além das mídias e suas lógicas enredadas, outros discursos afloram ao sabor de interesses vários. Ambiências *off-line* e *on-line* se mesclam, transportando consigo cargas históricas e modos de ver matizados. As percepções das cidades, da mobilidade, dos dramas urbanos localizados são trazidas à tona e amplificadas por um concerto polifônico, multicultural, multivivencial. As diversas vozes se conectam nos mais sortidos ambientes, dos jornais às redes sociais, aos comentários de notícias e blogues, levando as emissoras de televisão, por exemplo, a se envolverem em debates públicos sobre seus modos de ser e suas estratégias de ação.

Como bem sinaliza Di Felice (2013), estamos diante de novas correlações espaço-tempo, e também de novas configurações entre planos diferentes da existência. Ultrapassa-se a dimensão objetiva, topográfica do espaço, e abre-se “a possibilidade da experiência de um habitar deslocativo e plural, em parte arquitetônico e em parte eletrônico-comunicativo-imaterial” (2013, p. 152).

A essas correlações se juntam os tempos da televisão, já que, ressalta Benítez (2013, p. 77), “uma das características mais importantes das transmissões desportivas é que seu enquadramento acontece simultaneamente à cena, no ao vivo”, com sua imprevisibilidade. “A característica dominante da programação esportiva parece ser o caos”, nos dizeres desse autor.

Um caos que parece bastante controlado quando acionamos o discurso homogêneo expresso na centenária Carta Olímpica, os saberes construídos em torno do Olimpismo e os relatórios da BBC sobre ações passadas, presentes e futuras (Cap. 2). Por isso, para avançar no reconhecimento dos seus mecanismos estratégicos, suas técnicas de atualização, relações políticas, sociais, econômicas conformadas historicamente, propomo-nos a partir das bases, dos conflitos, das ações apagadas dos relatos oficiais. Nos deslocamentos, como propõe Foucault (1979), estão os desequilíbrios que movimentam um dispositivo. São eles que nos permitirão conhecer os mecanismos e as relações que podem ter forjado as estratégias de cobertura das Olimpíadas de 2012 pela BBC.

3.1 SABERES NO UNIVERSO OLÍMPICO

Além do *status* econômico e internacional mobilizado no entorno olímpico, outras questões menos glamorosas têm sido levantadas nos estudos sobre megaeventos esportivos midiáticos, revelando possíveis fissuras a serem analisadas genealogicamente. A base desses questionamentos parece estar na crescente tensão entre a natureza elitista das competições e o caráter igualitário pregado pelas curvas de visibilidade e enunciados do Olimpismo (GIRGINOV, 2013). A mesma contradição aponta Moraes (2010) em relação aos discursos sobre expansão tecnológica, nos quais “parcelas expressivas da população mundial continuam excluídas da evolução técnica. [Em que] são as classes privilegiadas e o capital dominante que absorvem as maiores vantagens da cultura digital” (MORAES, 2010, p. 12), ignorando a ideia de bem comum, um dos pilares do ideal olímpico.

Historicamente, as Olimpíadas têm sido palco de disputas políticas (ANDRANOVICH *et al.*, 2010; HILL, 1996; LENSKYJ, 2000, 2008, 2012; SENN, 1999; PREUSS; SOLBERG, 2007; WAMSLEY, 2002) - “Um grande parque de diversões da política internacional”¹⁴⁹, nos dizeres de Senn (1999; 2008) - e econômicas (BARNEY, 1993; BARNEY *et al.*, 2002, 2004; PREUSS, 2008; DOWNWARD; RALSTON, 2006; CROMPTON, 2004; LAWRENCE, 2006; PREUSS, 2000; TOMLINSON, 2005, 2014). Entretanto, poucos estudos embrenham-se nos bastidores desse intrincado dispositivo, justamente por suas estratégias protetivas.

Horne (2012, p. 38) chama atenção para a responsabilidade dos pesquisadores acadêmicos de abordar o fenômeno criticamente, atentando para “suposições, crenças e práticas às vezes obscenas, por parte dos promotores dos megaeventos esportivos”.

Quando se trata de megaeventos esportivos, políticos, administradores sêniores do esporte, dirigentes de empresas e até mesmo alguns pesquisadores acadêmicos incentivam a pretensa de que não sabemos sobre muitas das coisas mais importantes que realmente formam seu pano de fundo (HORNE, 2012, p. 38, tradução nossa).¹⁵⁰

¹⁴⁹ A major international political playground.

¹⁵⁰ When it comes to sports mega-events, politicians, senior administrators of sport, corporate leaders and even some academic researchers encourage the pretense that we do not know about many of the most significant things that actually form the background to them.

Para Foucault (1999, p. 268), as genealogias são uma “insurreição dos saberes contra os efeitos de poder centralizadores que estão ligados à instituição e ao funcionamento de uma sociedade como a nossa.” Pouco importa, diz, “que a institucionalização do discurso científico se realize em uma universidade ou, de modo geral, em um aparelho político, com todas as suas aferências [...]” (FOUCAULT, 2000, p. 268). São os efeitos de poder próprios a um discurso considerado como científico que a genealogia deve combater.

Sobre a relação da academia com os estudos olímpicos, Vassil Girginov, editor do livro *Handbook of the London 2012 Olympic and Paralympic Games*, alerta para as dificuldades de conseguir informações imparciais quando se fala de Olimpíadas. “As afirmações do Comitê Local (LOCOG) em seu relatório pós-Jogos parecem prematuras e autopromocionais” ao dizerem que “entregaram tudo prometido na campanha de licitação: ... e que os jogos irão produzir legados sociais, econômicos e esportivos sustentáveis por muito tempo.” (LOCOG citado por GIRGINOV, 2013, p. 3)¹⁵¹.

Parece bastante surpreendente que os Jogos Olímpicos, que representam a mais alta expressão do Olimpismo - um projeto para a mudança social que utiliza a educação e o desporto como suas principais ferramentas - nunca foram estudados a partir de dentro e de uma perspectiva multidisciplinar [...] por um número de razões políticas e práticas, os estudiosos em geral, não conseguiram se envolver com o Comitê Organizador dos Jogos [...] (GIRGINOV, 2013, p. 4, tradução nossa¹⁵²).¹⁵³

Shaw (2013) alerta para um grupo de escritores e acadêmicos que tradicionalmente pesquisa sobre Olimpíadas se restringir a “seguir as regras do jogo”¹⁵⁴. Segundo esse autor, “poucos oferecem qualquer coisa que possa ser considerada crítica a qualquer aspecto da empresa olímpica.” (SHAW, 2013, p. xiv, tradução nossa)¹⁵⁵. É necessário também observar

¹⁵¹ London Organising Committee of the Olympic and Paralympic Games (LOCOG). (2013). London 2012 Report and Accounts, Annual Report 2011-2012. London: LOCOG.

¹⁵² It seems rather astonishing that the Olympic Games, which represent the highest expression of Olympism – a project for social change that uses education and sport as its main tools – have never been studied from within and from a multidisciplinary perspective [...] for a number of political and practical reasons, scholars have generally failed to engage with the Organising Committee of a Games [...]

¹⁵³ O Comitê Olímpico Internacional possui programa chamado University Relations, por meio do Olympic Studies Centre, que promove a interação com o universo acadêmico. Entretanto, conforme relata Girginov, essas relações não são fáceis de serem estabelecidas.

¹⁵⁴ Da expressão inglesa “toe the party line”

¹⁵⁵ Few offer anything that can be considered critical to any aspects of the Olympic enterprise. SHAW, Christopher. Five rings circus: Myths and Realities of the Olympic Games. Cf.

criticamente a histórica relação entre o mundo acadêmico e o Movimento Olímpico, enquanto importante linha de força na ordem dos saberes.

Estas relações datam de 1894, quando o congresso fundador do Comitê Olímpico Internacional aconteceu na Universidade de Sorbonne (MORAGAS SPA, 2006). O conceito de Centro de Estudos Olímpicos foi formulado pelo próprio Pierre de Coubertin pouco antes de sua morte, em 1937: “Eu acho que um Centro de Estudos Olímpicos [...] iria ajudar mais do que tudo na manutenção e progresso do meu projeto e em protegê-lo contra os desvios que, temo, podem afetá-lo.” (COUBERTIN citado por MORAGAS SPA, 2006, p. 4, tradução nossa)¹⁵⁶.

O primeiro Centro de Estudos Olímpicos foi criado por Carl Diem em 1938. Em 1961, fundou-se a Academia Internacional Olímpica (IOA)¹⁵⁷, cujo propósito é, nos dizeres de Moragas Spa (2006, p. 4), preencher “um papel educativo importante e servir como ponto de encontro para os estudiosos”¹⁵⁸. As primeiras pesquisas realizadas tiveram como foco relações internacionais e políticas relacionadas à experiência olímpica e culminaram na criação da International Society of Olympic Historians (ISOH)¹⁵⁹. Um grupo de pesquisadores em diversas universidades tomou para si extensivo trabalho de pesquisa sobre Pierre de Coubertin e sua filosofia, tratando de construir uma narrativa coerente com seus ideais e o discurso olímpico. Um exemplo dessa estratégia pode ser encontrado no artigo "Pierre de Coubertin and Women's Sport", do professor honorário da Universidade de Paris, Yves-Pierre Boulongne. Na introdução, o professor, também integrante do ISOH, critica os artigos publicados sobre o tema e que denigrem a imagem de Coubertin. Para ele, os “erros” seriam perdoáveis tempos atrás, quando os acessos às fontes não eram possíveis. Hoje, defende o pesquisador,

Os arquivos do COI estão agora organizados cientificamente e abertos a todos. O "Textes choisis" [Textos selecionados] da obra de Coubertin, publicado pelo COI, em 1986, sob a responsabilidade do Professor Norbert

<http://books.google.com.br/books?id=STMm0jVpoHwC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>.

¹⁵⁶ I think that an Olympic Studies Centre [...] would help more than anything in the maintenance and progress of my project and in protecting it from the diversions that I fear may affect it.

¹⁵⁷ Hoberman (1995) abre um artigo contando como um dos mais renomados pesquisadores alemães sobre Olimpíadas, Dr. Wildor Hollmann, ao visitar a Academia Olímpica em companhia do rei Constantino, expressou sua visão de futuro acerca das dificuldades do discurso olímpico se sustentar frente ao profissionalismo e comercialismo crescentes, tendo sido duramente contestado pelos pesquisadores da Academia, indignados com sua fala ali, naquele “local sagrado”.

¹⁵⁸ an important educational role and serving as a meeting point for scholars.

¹⁵⁹ Cf. <<http://www.isoh.org/>>.

Müller, deu uma contribuição insubstituível. O COI, cada vez mais focado na verdade histórica e na abertura democrática, criou um Conselho de Pesquisa Olímpica que tem ligações com as melhores universidades do mundo. O trabalho de Coubertin é hoje acessível sem restrições da instituição olímpica, sem áreas escondidas ou protegidas (BOULONGNE, 2000, p. 23, tradução nossa).¹⁶⁰

Para Foucault (1999, p. 40), “mesmo na ordem do discurso verdadeiro, mesmo na ordem do discurso publicado e livre de qualquer ritual, se exercem ainda formas de apropriação de segredo e de não-permutabilidade”. A estratégia pode ser difusa, “mas certamente coercitiva.”.

Com funções bastante definidas dentro do dispositivo olímpico, esses pesquisadores desempenharam, ainda de acordo com Moragas Spa (2006, p. 5, tradução nossa)¹⁶¹, “importante papel na preservação do espírito olímpico e para a configuração da identidade Jogos Olímpicos como um grande fenômeno cultural em todo o mundo.”

Desde 1982, um Centro de Estudos Olímpicos, bastante organizado, está aberto aos pesquisadores em Lausanne, Suíça. Desde 1993, um Conselho de Pesquisa procura reunir, em torno de seus interesses, universidades e acadêmicos, patrocinando e financiando pesquisas em nível de pós-graduação. São chamados por Moragas Spa de “atores da pesquisa olímpica” e responsáveis, juntamente com outros consultores contratados, por realizar pesquisas aplicadas e respaldar o trabalho do Comitê Internacional e dos Comitês locais, bem como seus parceiros.

A organização dos Jogos requer um vasto corpo de pesquisa aplicada por parte do Comitê Olímpico Internacional (COI) e do Comitê Organizador (OCOG), bem como por parte das instituições participantes (*mass media*, patrocinadores, licenciamento, órgãos públicos nos países sede etc.). Parte desse trabalho de pesquisa é atribuída a consultorias privadas, mas uma proporção cada vez maior vai para ou surge do trabalho de investigação nas universidades (MORAGAS SPA, 2006, p. 5, tradução nossa).¹⁶²

¹⁶⁰ The IOC's archives are now scientifically organized and open to all. The “Textes choisis” (selected texts) of Coubertin's work, published by the IOC in 1986 under the responsibility of Professor Norbert Müller, have made an irreplaceable contribution. The IOC, increasingly focused on historical truth and democratic openness, has created an Olympic Research Council which has links with the best universities in the world. Coubertin's work is today accessible without restriction from the Olympic institution, with no hidden or protected areas.

¹⁶¹ An important role in the preservation of the Olympic spirit and for the configuration of the Olympic Games identity as a major worldwide cultural phenomenon

¹⁶² A organização dos Jogos requer um vasto corpo de pesquisa aplicada (em termos de I & D), por parte do Comitê Olímpico Internacional (COI) e do Comitê Organizador (COJO), bem como por parte das instituições

Não apenas questões organizacionais, mas também sociais estão no foco dos estudos olímpicos encomendados.

Exemplos disso são o advento de fenômenos como crescente comercialização, surgindo com a passagem do amadorismo para o profissionalismo, os desafios colocados por boicotes usados como armas de confronto entre os blocos políticos, o compromisso político e cultural das cidades organizadoras e as novas abordagens interculturais relacionadas à definição dos valores olímpicos (MORAGAS SPA, 2006, p. 5, tradução nossa).¹⁶³

Com base nessa colocação, feita por um dos atores da pesquisa olímpica, percebe-se a clara estratégia de apropriação de saberes para alinhamento de estratégias discursivas por parte do Movimento Olímpico.

Ainda segundo Moragas Spa (2006), os atores da pesquisa olímpica estão divididos em três grupos: grupos de pesquisa ou pesquisadores individuais (historiadores, sociólogos, economistas, antropólogos etc.); Centros de Estudos Olímpicos formalmente constituídos e centros especializados em ciências esportivas com foco nos Jogos Olímpicos. Esses grupos formam a chamada Olympic Studies Net, espreada pelos cinco continentes. (Figura 13)

participantes (massa mídia, patrocinadores, licenciados, órgãos públicos nos países de acolhimento, etc.). Parte deste trabalho de pesquisa é atribuído a consultorias privadas, mas uma proporção cada vez maior vai para ou surge do trabalho de investigação nas universidades.

¹⁶³ Examples are the advent of such phenomena as growing commercialisation, arising with the move from amateurism to professionalism, the challenges posed by boycotts used as weapons of confrontation between political blocs, the political and cultural commitment of the organising cities, and the new intercultural approaches to definition of the Olympic Values.



Figura 13: Olympic Studies Net.
 Fonte: <<http://ceo.uab.cat/home.asp>>.

Este não é o nosso foco, mas extensões futuras da análise dos Jogos Olímpicos enquanto dispositivo e suas relações de poder-saber-discurso merecem atentar especificamente para a relação entre esses pesquisadores, seus posicionamentos e a indústria editorial.

Durante nosso processo de pesquisa, tivemos proximidade com a engrenagem acadêmica do Movimento Olímpico, bastante organizada e que certamente desempenha relevante papel nas pesquisas sobre Olimpíadas. Porém, ela necessita ser analisada e observada criticamente. Todos os documentos disponibilizados para pesquisa passam por um processo de embargo de 20 anos. Em 2012, começaram a ser liberados os arquivos relativos a Barcelona 1992. Ainda assim, o acesso está sujeito à curadoria do Centro de Estudos Olímpicos de Lausanne.

Nessa rede de relações acadêmicas, o braço de pesquisa relacionado à mídia lista 33 pesquisadores. Entre eles, Andrew Billings, autor de cinco livros editados pela Routledge: *The Global Impact of Olympic Media at London 2012* (2014), *Routledge Handbook of Sport and New Media* (2014), *Sports Media: Transformation, Integration, Consumption* (2013); *The Fantasy Sport Industry* (2013) e *Olympic Media: inside the biggest show on television* (2008). Na apresentação da obra *The Global Impact of Olympic Media at London 2012*, comercializada por cerca de R\$300,00, Billings anuncia seu enfoque:

O livro traz reflexões sobre o passado das análises midiáticas olímpicas, mas centra-se sobre o papel da mídia dentro dos Jogos Olímpicos de Verão de 2012 em Londres. Usando uma variedade de metodologias, o livro ressalta como os Jogos Olímpicos são mais do que apenas um evento esportivo, mas devem ser entendidos como um vasto mosaico de imagens e eventos que moldam entendimentos públicos das nações, a sociedade e os valores (BILLINGS; HARDIN, 2014, s.p, tradução nossa).¹⁶⁴

No prefácio do livro *Watching the Olympics: politics, power and representation*, os editores John Sugden e Alan Tomlinson (2011) discretamente se posicionam na tentativa de garantir uma posição de isenção na sua pesquisa patrocinada pelo IOC.

Os elementos fundamentais [que] caracterizam os princípios deste livro [...]: um desrespeito saudável para com as fronteiras disciplinares; uma curiosidade *cross-cultural* aventureira; e um compromisso de pensamento crítico das ciências sociais, sem dívidas com patronos, agências ou patrocinadores (SUGDEN; TOMLINSON, 2011, p. xii).¹⁶⁵

Como dissemos, não nos cabe colocar sob suspeição o conteúdo das pesquisas realizadas com o aval do IOC, mas alertar para a rede de discursos de saber que também conforma o dispositivo olímpico. Como diria Foucault, questionar sempre:

Quais tipos de saber vocês querem desqualificar no momento em que vocês dizem ser esse saber uma ciência? Qual sujeito falante, qual sujeito discorrente, qual sujeito de experiência e de saber vocês querem minimizar quando dizem: 'eu, que faço esse discurso, faço um discurso científico e sou cientista'? (FOUCAULT, 2005, p. 15).

Quanto à nossa pesquisa, seguiremos as orientações do filósofo e colocaremos em suspensão os saberes e os autores no momento de construção genealógica de nossos dispositivos, resgatando-os, quando necessário, com a devida cautela, já que também nós estamos enredados em dispositivos científicos e seus rituais.

¹⁶⁴ The book gleans insight from past Olympic media analyses, but focuses on the role media played within the 2012 London Summer Olympics. Using a variety of methodologies, the book underscores how the Olympic Games are more than just a sporting event but should be understood as a vast mosaic of images and events that shape public understandings of nations, society, and the values.

¹⁶⁵ The core elements [that] characterise this book's principles [...] : a healthy disrespect for disciplinary boundaries; an adventurous cross-cultural curiosity; and a commitment to critical social scientific scholarship not beholden to patrons, agencies or sponsors.

3.2 VISIBILIDADES, VISUALIDADES E TELEVISUALIDADES

Na década de 1990, Jay (1996) retomou a proposta de uma virada pictórica (*pictorial turn*), sugerida por Mitchell (1994) para questionar a universalidade das experiências visuais e enfatizar as especificidades culturais e históricas dos múltiplos modos de ver (*visual turn*).

Essas visualidades, enquanto expressão de um novo regime do visível, teriam sido precedidas por noções como a de espetáculo (Guy Debord, 1967), vigilância (Michel Foucault, 1975), simulacro (Jean Baudrillard, 1981) e estariam marcadas por distintos traços e motivações, de ordem estética, sociocultural, política, tecnológica, conforme ressaltam Brasil, Morettin e Lissovsky (2013).

Segundo esses autores, com base em Crary (1992), pensar novos regimes do visível significa

[...] em primeiro lugar, articular os problemas da representação visual às práticas sociais e discursivas, às mutações dos saberes e aos dispositivos engendrados por estes saberes. Nesse sentido, a visualidade diz respeito não apenas à imagem (a seus elementos formais e expressivos), mas também a um olhar (historicamente constituído e singularmente situado) (BRASIL; MORETTIN; LISSOVSKY, 2013, p. 7).

Interessa-nos particularmente, na perspectiva do nosso hiperdispositivo, abordá-las não a partir dos produtos, mas das relações de poder estabelecidas no entorno de um saber imagético constituído – e cuidadosamente protegido - historicamente. Importa-nos, no acionamento da genealogia de Foucault, compreender as continuidades, descontinuidades, as luzes e sombras conformadas pelas linhas de força e fissura que conectam nossos três dispositivos em modos heterogêneos de organização e exploração do visível.

É nessa perspectiva que acionamos o evento de falha na exibição dos anéis olímpicos durante a cerimônia de abertura das Olimpíadas de Sochi, em 2014, e as estratégias do Comitê Olímpico Internacional de lidar com as críticas características dos regimes de comunicação contemporâneos. As imagens reverberaram pelo mundo em uma ampla rede de conexões, via televisão, rádio, cabos, canais internacionais e locais, a partir das cenas transmitidas verticalmente pela OBS (responsável pela filmagem oficial dos Jogos). Em minutos, tornaram-se virais, objeto de dezenas de versões remixadas, dentro de uma lógica horizontalizada de compartilhamento em *sites* de redes sociais. (Figura 14) Estava em cena o que Hamburger

identifica como um “jogo de disciplinas e indisciplinas”, onde a disputa pelo controle do universo do visível “mobiliza as mais diversas forças sociais e ganha dimensão estratégica na vida cotidiana” (HAMBURGER, 2013, p. 42).



Figura 14: Erro, meme e sátira em torno dos cinco anéis nas Olimpíadas de Sochi 2014.
Fonte: IOC.

Seguiu-se a difusão, também viral, da notícia, tida por muitos como verídica, sobre o assassinato do técnico responsável pelo erro, T. Borris Avdeyev, após uma suposta manifestação de desagrado do presidente Putin. A brincadeira foi obra do *site* satírico *The Daily Curreant*¹⁶⁶, trazendo à tona resquícios da Guerra Fria, que assombrou as Olimpíadas nas décadas de 1970 e 1980. Na realidade, a falha da abertura foi tratada publicamente pelos organizadores não por meio da disciplina punitiva, como sugeria a notícia do *Curreant*, mas do humor. Na abertura da cerimônia de encerramento, voluntários formaram os anéis olímpicos no centro do gramado do Estádio Fisht. Os responsáveis por formar o anel que não se abriu na cerimônia inicial se agruparam em representação ao floco de neve que ficou fechado no início das competições. (Figura 14)

Essa ocorrência e a resposta inusitada do IOC são a mostra mais recente do refinamento permanente das estratégias utilizadas pelo Comitê Olímpico para atualizar suas técnicas de poder-saber no universo visual e simbólico, em tempos do que Crary (2012, p. 11) chama de “drástica reconfiguração das relações entre o sujeito que observa e os modos de representação”. Não muito tempo atrás, qualquer uso público da imagem dos cinco anéis e dos outros símbolos e rituais olímpicos estava sujeito a penalidades jurídicas. As punições ainda existem para o uso comercial do símbolo máximo do Olimpismo, porém o controle de uso das imagens e suas apropriações, principalmente em *sites* de redes sociais, seria inviável

¹⁶⁶ Cf. <<http://dailycurreant.com/2014/02/08/man-responsible-for-olympic-ring-mishap-found-dead-in-sochi/>>.

em um momento em que os “espaços visuais” fabricados são “radicalmente diferentes das capacidades miméticas do cinema, da fotografia e da televisão” (CRARY, 2012, p. 11).

Até meados da década de 1970, predominavam as mídias analógicas, com padrões visuais estáticos. Hoje,

O design com auxílio do computador, a holografia, os simuladores de voo, a animação computadorizada, o reconhecimento automático de imagens, o rastreamento de raios, o mapeamento de texturas, o controle dos movimentos, os capacetes de realidade virtual, as imagens de ressonância magnética e os sensores multiespectrais são algumas das técnicas que estão deslocando a visão para um plano dissociado do observador humano (CRARY, 2012, p. 11).

Esses modos de ver, no entanto, convivem com outras maneiras mais familiares e assim persistirão. Porém, defende Crary (2012), cada vez mais formas distintas de visualização se tornam dominantes, sendo absorvidas socialmente e pela indústria de informação, rearticulando como vemos e como administramos os entornos culturais, políticos, socioeconômicos.

Na Grã-Bretanha de 2012, o relatório de mapeamento das mídias digitais, do Open Society Media Program, diagnosticou um dos países com maior nível de digitalização do sistema de televisão da Europa, salto de 7%, em 2005, para 93,1% das residências, em 2011.

Freeview, serviço de acesso gratuito a mais de 40 canais, além de rádio e serviços interativos, por meio da televisão terrestre, tem sido a força-motriz desse processo de digitalização.

A internet alcançava, naquele ano, 76% das residências, sendo 96% delas em conexão de alta velocidade. “Todos os grupos socioeconômicos e faixas de renda compartilharam desse *boom*”, de acordo com o Open Society Media Program (2012).

Apesar das frequentes previsões contrárias, a televisão ainda é a plataforma de notícias mais amplamente acessada e confiável. No entanto, os jovens e as minorias étnicas são menos sintonizados em notícias da TV; no caso dos jovens, o consumo de notícias em geral está em declínio. As pesquisas sugerem que os grupos de meia idade consomem diariamente notícias de televisão, em conjunto com um rico quadro de fontes de notícias digitais e tradicionais. Mas as gerações mais jovens estão se distanciando das notícias

na TV terrestre (OPEN SOCIETY FOUNDATIONS, 2012, p. 6, tradução nossa).¹⁶⁷

Os jornais impressos estavam em declínio, em 2011, com as vendas caindo ano a ano. Leitores e anunciantes migravam para a internet. Consumo de rádio também estava em queda.

Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU), blogosfera e redes sociais tornaram-se as atividades mais populares nas novas mídias no Reino Unido. Essa atividade, no entanto, pode não estar conectada ao consumo de notícias. Dos 20 *sites* mais visitados no Reino Unido, apenas dois são dedicados a notícias. No geral, estudos mostram que as notícias *on-line* são lidas amplamente como parte da dieta diária; contudo, não obstante o crescimento, são acessadas com menos frequência e por menos tempo do que outras atividades *on-line* como compras, jogos e *e-mail* (OPEN SOCIETY FOUNDATIONS, 2012, p. 6, tradução nossa).¹⁶⁸

Sites de redes sociais, como Facebook, Myspace e Youtube, funcionavam, ainda de acordo com essa pesquisa, “principalmente como replicadores de outras fontes primárias”, com predomínio de “um emergente oligopólio de provedores de conteúdo e agregadores como BBC, *Daily Mail*, *The Guardian*, Google, Yahoo!, AOL e MSN.” Segundo diagnóstico da Open Media Society, “o fato destes últimos confiarem totalmente na transmissão das agências de notícias, enfraquece ainda mais a alegação de que o Reino Unido estaria desfrutando de uma era de ouro da diversidade em notícias” (OPEN SOCIETY FOUNDATIONS, 2012, p. 7).

Em todos os casos, a participação das notícias *on-line* continuava sendo marginal, com as emissoras tradicionais absorvendo o conteúdo gerado nas redes sociais digitais em suas “agendas de notícias preestabelecidas”, apenas raramente alterando seu “enquadramento de reportagem” (OPEN SOCIETY FOUNDATIONS, 2012, p. 7), com exceção do Twitter, que teria se transformado em uma relevante plataforma de furos de reportagem, principalmente entre a “elite política” britânica.

¹⁶⁷ Despite frequent predictions to the contrary, television is still the most widely accessed and trusted news platform. Yet, young people and ethnic minorities are tuning in less to television news; and in the case of young people, news consumption generally is in decline. Research suggests that middle-aged groups consume terrestrial TV news in conjunction with a rich tableau of digital and traditional news sources, in accordance with daily uses and gratifications. But younger generations are increasingly tuning out of terrestrial television news.

¹⁶⁸ User-generated content (UGC), the blogosphere and social networking have become the most popular new media activity in the UK. This activity may not have much to do with news, however. Of the top 20 websites visited in the UK, only two are dedicated news providers. On the whole, studies have found that online news is still accessed largely as part of a broader news diet and, notwithstanding growing numbers, it is accessed by fewer users and for much less time than most other online activities such as shopping, games and email.

A BBC é a maior provedora de notícias em todas as plataformas. Em geral, números sugerem que a emissora ainda detém vantagem competitiva sobre a oferta de notícias multicanais. Além disso, o papel fundamental da BBC na transição para o sistema digital a tem mantido na vanguarda da inovação tecnológica. A digitalização, no geral, tem expandido e diversificado enormemente a diversidade de canais de notícia, e o sucesso de suas operações *on-line* contribuiu para a inserção dos serviços públicos nas mídias digitais (OPEN SOCIETY FOUNDATIONS, 2012, p. 7, tradução nossa).¹⁶⁹

Entretanto, o relatório alertava para uma elitização do conteúdo por parte da BBC com análises dedicadas a uma pequena audiência. “Editores e repórteres experientes falam de um clima jornalístico menos questionador, autocensura e excessivo controle editorial, exacerbado pelo aumento crescente das limitações de recursos” (OPEN SOCIETY FOUNDATIONS, 2012, p. 7).

Fora da BBC, o problema se repetia. Embora as plataformas *on-line* tivessem favorecido o jornalismo investigativo, existia, às vésperas das Olimpíadas, uma tendência seletiva das chamadas “publicações de qualidade” em privilegiar uma elite de engajados consumidores de informação. O distanciamento do grande público levou o Open Media Society Program a questionar o processo de democratização de acesso à informação no Reino Unido. “O jornalismo no Reino Unido encara uma crise sem precedentes que se manifesta, em parte, na crescente homogeneização do conteúdo” (OPEN SOCIETY FOUNDATIONS, 2012, p. 7).

E ainda

Tem havido um crescimento na reciclagem e notícias de “segunda mão” em que algumas publicações se tornam fontes para outras. O jornalismo em tempo real está associado a uma redução na quantidade de notícias confiáveis e corresponde a uma explosão de “ruídos” informacionais. Como as publicações estão estendendo seus serviços de baixo custo, isso tem, paradoxalmente, diversificado o número de serviços de notícia, ao mesmo tempo em que homogeneiza o conteúdo (OPEN SOCIETY FOUNDATIONS, 2012, p. 7, tradução nossa).¹⁷⁰

¹⁶⁹ The BBC is the dominant news provider across all platforms. Overall, the data suggest that it still holds a competitive edge over multi-channel news offerings. Furthermore, the BBC’s key role in digital switch-over has kept it at the cutting edge of digital innovation. Digitization has, on the whole, greatly expanded and diversified the BBC news output, and the success of its online operation has gone some way to plug the public service gap in digital media.

¹⁷⁰ There has been a growth in recycled reports and “second-hand” stories in which news outlets become sources for other providers. Real-time journalism is associated with a reduction in the availability of verifiable information and a corresponding explosion of information “noise”. With news providers extending their services at ever lower costs, this has the paradoxical effect of diversifying news services whilst homogenizing news content.

Esse diagnóstico de ameaça à independência, pluralidade e diversidade jornalística na Grã-Bretanha, bem como as mudanças nos regimes de visualidade precisam ser compreendidos genealogicamente, questionando rupturas e continuidades, como recomenda Foucault.

Para Crary (2012, p. 15), “ver” diz respeito não apenas a “observar”, mas também à observação das regras, códigos, convenções e restrições, “à pluralidade de forças e regras que compõem o campo no qual a percepção ocorre [...] em diferentes arranjos de forças, mais ou menos poderosas” (CRARY, 2012, p. 15). “Ver” tem relação também, defende Moraes (2010), com os interesses das corporações de mídia, informática e telecomunicações que “associam a geração voraz de conteúdos e serviços à busca de máxima rentabilidade a curto prazo, em qualquer lugar” (MORAES, 2010, p. 12).

Desta forma, pensar os regimes de visualidade do megaevento esportivo Jogos Olímpicos de Verão, em contexto convergente e de conexão com as mídias e o jornalismo, significa analisar relações, normas, códigos de conduta nem sempre iluminados pela aparente lisura da história olímpica e dos relatórios das empresas de mídia.

Denota perceber, por exemplo, que o que dizem os livros sobre os nobres ideais do “pai das Olimpíadas” pode conotar uma tentativa do barão francês Pierre de Coubertin, aos 27 anos, de revigorar a monarquia e fortalecer os interesses e a unidade internacional de uma aristocracia, intimamente conectada ao movimento maçom, em período de enfraquecimento e perda de privilégios da nobreza. Cropper (2008) defende essa tese em contraposição à versão oficial reforçada por muitos historiadores (HENRY, 1976; OLYMPIC LEGACY, 2003) do jovem aristocrata francês inspirado por questões patrióticas. A família de Coubertin vinha de uma linhagem de *French Freemasons* e o próprio barão era um *Freemason*.¹⁷¹

Não procuramos, com esta genealogia, apontar inverdades nos registros olímpicos, mas reconhecer “jogos de verdade” na perspectiva foucaultiana: “um conjunto de procedimentos que conduzem a um determinado resultado, que não pode ser considerado em função de seus princípios e de suas regras de procedimento, como válido ou não, vencedor ou perdedor” (FOUCAULT, 2006, p. 725). Foucault entende como verdade “os procedimentos que permitem

¹⁷¹ Segundo o *site* dos Freemasons, citado abaixo, “Coubertin perseguiu a ideia de um renascimento dos Jogos Olímpicos da Antiguidade e estabeleceu a criação de um Festival Internacional de Atletismo, incorporando a paz e a unidade entre todas as nações participantes, com base nos princípios da Maçonaria”. Disponível em: <<http://www.westlancsfreemasons.org.uk/wp-content/uploads/2012/11/Chorley-Freemasonry-and-the-Olympics-Presentation.pdf>>. Acesso em: 1 dez. 2014.

pronunciar, a cada instante, a cada um, enunciados que serão considerados como verdadeiros”, sem uma instância suprema.

Mas o que esses jogos de verdade podem nos dizer – ou não - sobre a visualidade olímpica em nosso hiperdispositivo? De que forma conectam esportes, mídias e jornalismo? E como essas relações extravasam o conceito de dispositivo e nos levam a defender a necessidade de um hiperdispositivo como atlas de compreensão desse feixe de relações no complexo ambiente midiático contemporâneo?

A análise desses jogos de poder em regime genealógico nos ajuda a explicar, por exemplo, como os Jogos Olímpicos são retomados com base em regimes de camaradagem e ideais de lealdade, ainda hoje presentes nos estatutos que regem as relações com os membros da Família Olímpica, da qual fazem parte aqueles que pagam pelos direitos de transmissão dos Jogos e são relegados – quando não excluídos -, os órgãos de imprensa ou demais atores sociais questionadores de seus regimes normativos.

Apoiados nesses princípios, os Jogos Olímpicos foram retomados, em 1896, em meio a um contexto histórico marcado pelo desenvolvimento de um moderno sistema de comunicação massiva escrita¹⁷² (HORNE; WHANNEL, 2011; STEAD, 2008). Todavia, somente em 1908, em Londres, começa a haver um interesse pela imprensa, com cobertura fotográfica, cinematográfica e impressa.

Esse interesse foi logo acolhido pelo Movimento Olímpico. O próprio Coubertin era um jornalista e lançou, junto com os Jogos, a revista *Revue Olympique*, publicada até hoje. No prefácio de abertura do Relatório Oficial dos Jogos Olímpicos de Londres 1908, Lorde Desborough, organizador do evento, demonstra íntima ligação com os principais jornais da capital inglesa.

Eu desejo registrar a minha grande dívida pela assistência recebida de muitas maneiras, de diferentes fontes, particularmente as seguintes: *The Sporting Like*, que publicou uma contabilidade dos Jogos, além de muitos artigos sobre a questão do amadorismo em suas próprias colunas; *The Sportsman*; *The Daily Mail*; *The Daily Telegraph*; *The Field*, que publicaram vários gráficos que estão sendo utilizados neste relatório; *National Review*, órgão oficial da

¹⁷² Somente onze jornalistas participaram da cobertura dos jogos de 1896, de acordo com Girginov e Parry (2005).

Associação de Tênis; a *Revue Olympique* e muitos outros jornais, revistas e publicações (COOK, 1909, p. 3, tradução nossa).¹⁷³

Curiosamente, a trama entre documentos, notícias de jornais e o relatório do Comitê Olímpico Britânico está permeada por conexões entre nobres, principalmente Lord Desborough (presidente do Conselho Olímpico Britânico), Lord Northcliffe (proprietário dos jornais *Daily Mail*, *Daily Mirror*, *The Times* e *Sunday Observer*), Rogerson & Tucksford e Charles J. Alcock (jornal *The Sportsman*) e Imre Kiralfy, investidor, responsável pela construção da principal arena olímpica, anexa aos prédios onde acontecera pouco antes a Feira Internacional Franco-Britânica. (Figura 15) Também British-Pathé, empresa responsável pelo filme sobre os Jogos, tinha forte ligação com a Freemasonry britânica e, conquanto não seja nosso foco, ainda é possível rastrear conexões nesta linha com a empresa contratada para fazer os registros fotográficos, a Bowden Bros.

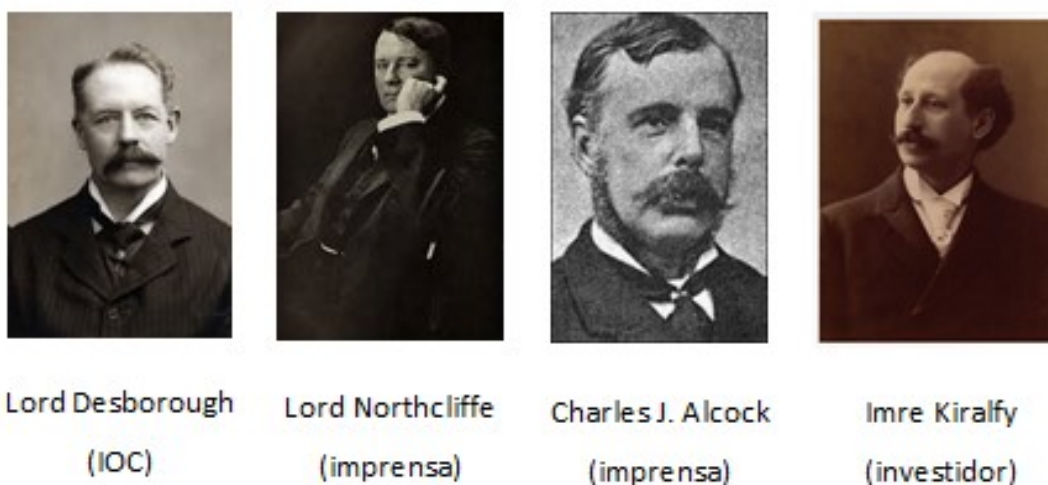


Figura 15: Conexão entre esportes, mídia e investidores nos Jogos de 1908.
Fonte: Autoria própria, com fotos de relatórios do IOC.

¹⁷³ I desire to acknowledge my great indebtedness for assistance received in many other ways, and from very sources, more particularly the following: The Sporting Life which published a separate account of the Games and value, besides many articles on the Amateur Question and kindred subject in its own columns; The Sportsman; The Daily Mail; The Daily Telegraph; The Field, which published several accounts and diagrams that have been used in this work; the National Review; the official organ of the Lawn Tennis Association; the *Revue Olympique*, and many other newspapers, magazines and journals.

Os Jogos de Londres de 1908 não receberam apoio financeiro do governo. A conexão entre estado, mídias, jornalismo e esportes terá início após a II Guerra Mundial, também em Londres, como veremos. Às voltas com os altos custos para a construção das arenas esportivas, o Comitê Olímpico Britânico foi socorrido pelo então barão da mídia, Lord Northcliffe, uma das personagens do emergente empresariado britânico. Ele promoveu uma ampla campanha, utilizando a capa do seu popular *Daily Mail*, e conseguiu cobrir com lucro todas as despesas do evento.

[...] Graças à intervenção generosa de Lord Northcliffe, um apelo espirituoso emitido pelo *Daily Mail*, no último momento, produziu os resultados mais almejados. Não irei aqui mencionar quaisquer assinaturas pessoais, mas posso dizer que o país em geral, de repente, parecia ter se dado conta de suas obrigações, e uma lista com subscrição das mais distintas fontes levou à arrecadação de quase £16.000. (COOK, 1909, p. 393, tradução nossa)¹⁷⁴

Ainda hoje, o Comitê Olímpico Internacional tem como membros representantes da elite mundial, como o Príncipe Feisal bin Al Hussein, da Jordânia; o Sheikh Tamim Bin Hamad Al Thani, emir do Qatar; o príncipe Nawaf Faisal Fahd Abdulaziz, da Arábia Saudita; o príncipe Albert II e a princesa Nora, de Lichtenstein; a princesa Anne, da Grã-Bretanha. E, como vimos, mantém estreitas relações com representantes da mídia, como o vice-presidente da NBC Alex Gilady, membro do IOC. Essa conexão levou o porta-voz do Comitê, Mark Adams, a se manifestar publicamente em 2011¹⁷⁵, negando o envolvimento de Gilady no leilão que garantiu à NBC a renovação do *status* de emissora oficial até 2020¹⁷⁶, batendo as concorrentes ABC/ESPN e Fox.

Em 2014, Bloomberg Business trouxe a manchete: "NBC está apostando 7,5 bilhões de dólares na certeza de que sabe o que será a televisão em 2032". A empresa concordou em pagar esse valor pelos direitos de exclusividade na transmissão dos Jogos em território americano pela televisão e *on-line*. A BBC, como vimos, renovou até 2020.

¹⁷⁴ [...] thanks to the generous intervention of Lord Northcliffe, aspirited appeal issued by the Daily Mail at the very last moment produced the most liberal results. It is not my province here to mention any individual subscriptions, but I can say that the country at large seemed suddenly to have realised its obligations, and the total of the subscription-list from all sources finally reached nearly £16,000 (COOK, 1909, p. 393).

¹⁷⁵ Cf. <<http://www.npr.org/blogs/thetwo-way/2011/06/06/137009774/nbcs-olympic-tv-dynasty-challenged-in-rights-bidding>>.

¹⁷⁶ Cf. <<http://sports.espn.go.com/oly/news/story?id=6634886>>.

Mas o que leva emissoras de televisão a assinarem contratos de longo termo como estes no momento em que seu próprio futuro está em jogo (CARLÓN; SCOLARI, 2009; LÉON, 2012; SCOLARI, 2008; DAYAN, 2009; MILLER, 2009; JOST, 2010)? Retomemos a história para entendermos as relações visuais que permeiam esportes (IOC), emissoras de televisão (particularmente NBC e BBC, as duas emissoras historicamente conectadas ao Movimento Olímpico) e internet. Corremos aqui o risco de ser um pouco descritivos, mas consideramos importante o relato a seguir, para alcançar o significado das atuais alianças entre mídia, jornalismo e esportes em regime de convergência de mídias e de proliferação imagética. Destacamos quatro acontecimentos históricos por nós considerados alavancas de deslocamento, responsáveis por momentos de mutação, nos dizeres de Deleuze (2012): Londres (1948), Roma (1960), Los Angeles (1984) e Pequim (2008).

Retomemos o período Coubertin (1896-1937), no qual foram gerados os principais símbolos e rituais olímpicos, poderosos catalisadores visuais no entorno das provas. O interesse da imprensa pelo evento, em 1908, levou o IOC a investir ainda mais em duas importantes estratégias: proteger e multiplicar seu capital visual.

Logo após os Jogos, o IOC passou a dedicar atenção formal à marca “Jogos Olímpicos” por meio da vigilância. Por exemplo, na reunião do Conselho, 1910, em Luxemburgo, aconteceu a expulsão do integrante do Comitê argentino, Manuel Quintana, acusado de utilizar os Jogos para autopromoção ao realizar um encontro internacional sobre esportes no qual aplicava a palavra Olimpíadas sem autorização do IOC. Sem sutilezas, foi dado recado público: quem não aceitasse as regras de preservação e proteção dos símbolos olímpicos estaria desautorizado e alijado da Família Olímpica.

Até a década de 1950, a conexão entre marca, patrocínio e mídia esteve centrada na fotografia e nas artes gráficas. No início do século XX, desenhava-se o poder das relações no fortalecimento simbólico das Olimpíadas e as estratégias de ampliação global do evento em período pré-televisão. A distribuição de material publicitário ao redor do mundo incluía visitas a médicos, dentistas e outros comércios onde circulava o público de interesse, nomeadamente as pessoas com recursos suficientes para viajar a outro país, com a expansão

do mercado turístico¹⁷⁷. Jornalistas e editores passam a atuar como consultores do Comitê Olímpico, em busca de oportunidades para divulgar os Jogos gratuitamente. Por outro lado, também a “atitude” da imprensa internacional frente aos Jogos passa a interessar, em um movimento de extensão da vigilância sobre a imagem textual. São assinados os principais jornais de dezesseis países e os membros dos comitês passam a monitorar a imprensa de seus países. Tal trabalho gerou nada menos que 32.500 páginas de recortes (325 volumes de 100 páginas cada), relativos aos Jogos Olímpicos de Estocolmo, em 1912 (OCOG, 1912).

Ao promover a celebração do 20º aniversário do Movimento Olímpico Moderno, e o relativo sucesso das cinco primeiras edições, em junho de 1914, na Sorbonne, Coubertin determinou a exposição de 50 bandeiras com o mais novo – e mais potente – símbolo olímpico, os cinco anéis interlaçados nas cores azul, amarelo, preto, verde e vermelho, sobre um fundo branco.

A exploração comercial desse patrimônio visual foi aprimorada ao longo dos anos, com a criação de novos símbolos (a bandeira, o lema, a tocha, a pira, o hino, a mascote, o juramento e a medalha) e rituais (jornada da tocha olímpica, acendimento da pira; cerimônias de abertura, encerramento e juramento; premiação). Trata-se de discursos persuasivos e cuidadosamente articulados em belas narrativas verbovisuais.

À medida em que promovia o espessamento da camada visual, fazendo dela o principal sustentáculo econômico do dispositivo olímpico, medidas foram sendo tomadas para proteger esses bens contra atravessamentos ameaçadores, como a utilização indevida dos símbolos e rituais por empresas de toda espécie.

Sobre o assunto, em 1922, Coubertin redigiu a seguinte resolução:

O COI, considerando o abuso frequente que se faz das palavras "Olímpico" e "Olimpíada" e as denúncias que surgem de todos os lados sobre o assunto, chama a atenção de todos para o fato de que é um absurdo, historicamente, atribuir-se o qualificativo Olímpico a eventos que não são nem quadrienais ou mundiais e, por outro lado, tecnicamente, o termo Olimpíada se aplica a um intervalo de quatro anos e não pode ser usado para designar um concurso (IOC, 1922 citado por MARTYN, 2000, p. 73, tradução nossa).¹⁷⁸

¹⁷⁷ Anúncio de empresas de turismo publicadas na *Revue Olympique* informava que a viagem Paris-Estocolmo tinha duração de 43 horas. Alemanha-Suécia durava 23 horas. (REVUE OLYMPIQUE, 1912, s.p.)

¹⁷⁸ Le CIO considérant l'abus quotidien qui se fait de mots "Olympique" et "Olympiade" et les plaintes qui s'élèvent de tous les côtes à ce sujet, appelle attention de tous sur le fait qu'il est absurde historiquement d'attribuer le qualificatif Olympique à des concours qui ne sont ni quadriennaux ni mondiale et que, d'autre part, techniquement, le terme Olympiade s'applique à un intervalle de quatre années de calendes et ne saurait être employé pour designer un concours.

Resoluções se tornaram, ao longo da história, um dos recursos notórios de disciplina no universo olímpico. Essa resolução foi enviada aos comitês locais para que providenciassem a proteção das marcas e símbolos em seus territórios. A exemplo dos princípios de lealdade maçons, Coubertin buscava suporte nas redes de relações e cumplicidade das nações para vigiar seu mais valioso patrimônio.

Esses modos de visualidade e invisualidade foram marca registrada do dispositivo olímpico, até a década de 1990, em que predominou o regime televisual de sustentação do patrimônio simbólico e imagético constituído por Coubertin.

3.2.1 Televisualidades

Em Berlim, 1936, começa a ser alterado o *status* da mídia impressa enquanto guardião das curvas de visibilidade olímpica. Ali, pela primeira vez, uma Olimpíada foi transmitida ao vivo para uma tela de televisão. Não foi, entretanto, a primeira conexão dos Jogos com as imagens em vídeo.¹⁷⁹ Desde a primeira edição, em 1896, a tecnologia de registro de imagens em movimento e as Olimpíadas já existiam, são contemporâneas. Porém, até 1936, destaca Downing (2012), essa conexão foi esparsa e pouco significativa, sendo o cinema o lugar primeiro da visibilidade midiática. Televisão ainda não era uma mídia, mas uma invenção (JOST, 2010). Tanto que 1936 ficou lembrado pelo filme *Olympia*, encomendado por Hitler e produzido por Leni Riefenstahl, no qual foram utilizadas avançadas técnicas, como ângulos incomuns de câmera, edição diferenciada, *close ups* extremos, que serviriam de exemplo para a recém-nascida televisão e cujo modelo vemos, ainda hoje, com ampliados recursos de alta definição, 3d, uso de *drones* e outros expedientes técnicos potencializadores.

¹⁷⁹ As primeiras imagens em movimento dos Jogos Olímpicos foram feitas em 1900, em Paris. Em Atenas, 1906, na celebração do décimo aniversário dos Jogos, houve filmagens, com frequência atribuídas erroneamente aos primeiros Jogos, em Atenas (1986). O rádio chegou às coberturas das Olimpíadas em 1924, em Paris. No entanto, as tecnologias só se tornaram suficientemente maduras em 1936. Além da chegada da televisão neste mesmo ano, Llinés e Moreno (1998) defendem que a indústria radiofônica teria sofrido pressões por parte dos jornais, em 1928 (Jogos de Amsterdam), e da indústria cinematográfica americana, em 1932 (Los Angeles), o que teria prejudicado sua conexão com os Jogos Olímpicos desde muito cedo. Na Inglaterra, embora a BBC transmitisse regularmente desde 1922, os comentários esportivos foram banidos até maio de 1925, por ação governamental de proteção dos jornais. Quando finalmente floresceu tecnologicamente e em aceitação social, foi interrompido pela Guerra entre 1940 e 1944. Quando os Jogos foram restabelecidos, em 1948, a televisão já tinha tomado a preferência do público na Europa e nos Estados Unidos. Ainda assim, até 1960, o rádio teve papel de destaque nas coberturas olímpicas.

Naquele momento, porém, seu futuro parecia bastante duvidoso, como relata o repórter Albion Ross (1936), do *New York Times*, ao descrever a experiência de assistir à transmissão dos Jogos Olímpicos de 1936 em um dos 25 salões de circuito fechado, criados na área metropolitana de Berlim. “Os meninos estavam correndo rápido, mas Jesse Owens parecia horrível e as pernas de Frank Wykoff vacilaram.” Na imagem, “trêmula como uma geleia” (ROSS, 1936), os espectadores pareciam derretidos ao fundo. Um cansaço visual tomou conta e muitos nem sequer ficaram para assistir às transmissões da tarde.

A novidade foi recebida com uma charge pela revista *Berliner Illustrierte Zeitung*¹⁸⁰. (Fig. 17) Nela, só há corredores e o aparato tecnológico para transmissão e recepção das manifestações do público. Este, segundo a publicação, seria o símbolo dos Jogos Olímpicos mediados pela TV nos anos 2000. A profecia, no entanto, não se confirmou. As estratégias emaranhadas do hiperdispositivo em questão têm convergido para um reforço dos Jogos e levam ainda mais pessoas aos eventos, como mostram as estatísticas. Entretanto, ponderese, o público que assiste à televisão envelhece, elevando também a idade da audiência olímpica, o que consiste em uma linha de força relevante a exigir novos reposicionamentos, como vimos no capítulo 1. Então, voltamos a perguntar: por que o interesse das emissoras de televisão nessa parceria? Prossigamos no nosso esforço genealógico para tentar responder a essa pergunta.

¹⁸⁰ À época, era uma das poucas publicações alemãs a atingir o mesmo nível de tiragem das publicações americanas, cerca de dois milhões de exemplares. Entretanto, passou a ser controlada pelo estado durante o Terceiro Reich. (MENDELSSOHN, 1959)



Figura 16: Charge publicada na revista *Berliner Illustrierte Zeitung*, de 1936.

Mesmo com qualidade duvidosa e em caráter experimental, 1936 marcou o início de uma longa aliança entre universos cada vez mais justapostos. Assistir aos jogos (e não apenas informar-se sobre eles por meio de textos impressos, fotografias ou imagens pré-gravadas) deixava de ser uma experiência presencial e se transformava em uma estratégia visual, territorial e temporal, além de uma trama política, econômica e social.

Tanto que, após o hiato imposto pela Segunda Grande Guerra, em ambiente acirrado pela necessidade de reafirmação das nações e revanche em relação à inimiga Alemanha, os Jogos de 1948, na Inglaterra, assinalaram a primeira vez em que uma televisão local concordou em pagar pelos direitos de transmissão das disputas olímpicas.

A British Broadcasting Corporation (BBC) teria pago, segundo Martyn (2000), mil Guineas¹⁸¹ pelas transmissões ao vivo e gravadas.

Os Jogos de 1948 [...] assinalaram o surgimento de uma nova relação entre a BBC e os órgãos dirigentes do esporte. Eles produziram nova escala de operação de radiodifusão em termos de planejamento logístico e estratégico necessário para a cobertura de um grande evento esportivo como as Olimpíadas. Finalmente, também provou ser um período-chave para reacender o interesse no incipiente serviço de televisão da BBC, suspenso

¹⁸¹ Cerca de 3 mil dólares.

com a eclosão da guerra em 1939 e reintroduzido em 1946 (HAYNES, 2010, p. 2, tradução nossa).¹⁸²

Atuando como elo de conexão entre o governo e os promotores do evento, a televisão passava a fazer parte do cenário olímpico, exigindo várias considerações técnicas, como posicionamento das câmeras e iluminação (Haynes, 2010). (Figura 17) Além de seu caráter discursivo e estratégico, a presença física do aparato televisivo nos estádios constituía-se, em si, um elemento não discursivo relevante.



Figura 17: Inserção das câmeras de televisão no cenário olímpico.
Fonte: Revista Radio Times, 1948.

Assim como passava a caracterizar o cenário olímpico, a BBC se constituía por meio do espetáculo esportivo, já que na Grã-Bretanha os esportes tinham sido marginalizados durante a Guerra, por questões diversas, incluindo restrição aos usos das linhas de transmissão de rádio e o racionamento de petróleo (BAKER, 1999). Apesar disso, a BBC tinha se esforçado para manter comentários esportivos, aproveitando-se do período para desviar o foco elitista das coberturas.

¹⁸² The 1948 Games [...] signaled the emergence of a new relationship between the BBC and the governing bodies of sport. It produced a new scale of broadcasting operation in terms of the logistical and strategic planning required in the coverage of a major sporting event such as the Olympics. Finally, it also proved a key period in rekindling interest in the BBC's fledgling television service, suspended at the outbreak of war in 1939 and reintroduced in 1946.

Em tempos de paz, as transmissões esportivas provariam a ligação mais imediata da casa com a vida comunitária pública. Os Jogos Olímpicos de 1948 iriam provar não ser uma exceção, mas requeriam imenso planejamento da parte da BBC para assegurar que tanto a nação quanto a audiência internacional poderiam compartilhar o que inicialmente era visto como improvável logo após a guerra mundial (HAYNES, 2010, p. 5, tradução nossa).¹⁸³

A estratégia, capaz de unir governo, BBC e IOC em um projeto comum, começou a ser negociada em 1945, por intermédio de Lord Aberdare, membro do Comitê Olímpico local e Presidente da National Association of Boys Clubs. Ele e o amigo Harold Abrahams¹⁸⁴ escreveram um *script* para o programa *Forces*, transmitido pela emissora, no qual reforçavam a ideia de que o espírito olímpico não havia morrido e superaria o nacionalismo hitlerista de 1936. Para evitar um mal-estar pós-guerra, o programa nunca foi gravado, segundo Haynes (2010). Em 1946, as conversas foram retomadas quando Londres foi anunciada oficialmente à imprensa como sede dos jogos de 1948.

Apesar das dificuldades econômicas da emissora à época, a transmissão dos Jogos Olímpicos foi vista como uma oportunidade para mostrar os avanços tecnológicos da BBC e fazer frente ao circuito fechado de Berlim em 1936.

Havia uma percepção de que os esforços de Lobby e sua equipe seriam julgados no contexto do tecnologicamente eficiente e avançado centro de mídia Nazi de 1936, que introduziu circuito fechado de televisão. Na sombra da guerra, numa época de graves dificuldades econômicas, era importante para a Grã-Bretanha sediar os jogos com sucesso. Para a BBC, os jogos eram uma questão de prestígio, mas também uma oportunidade para mostrar como as transmissões externas deveriam ser feitas (HAYNES, 2010, p. 6, tradução nossa).¹⁸⁵

A pesquisa de Haynes (2010), baseada em entrevistas e documentação interna da BBC, detalha um intrincado planejamento da emissora, envolvendo documentos retirados de

¹⁸³ In peacetime, broadcasts from sport and state occasions would prove the most immediate connection from the home to communal public life. The 1948 Olympic games would prove no exception, but it required immense planning on the part of the BBC to ensure both the nation and an international audience could share what was initially viewed as a most unlikely pageant of sport so soon after global war.

¹⁸⁴ Atleta britânico, campeão olímpico dos 100 metros rasos nos Jogos de Paris, em 1924, e comentarista da BBC nos jogos de 1936.

¹⁸⁵ There was a perception that the efforts of Lobby and his team would be judged in the context of the Nazi's efficient and technologically advanced media centre of 1936 that had introduced closed-circuit television. In the shadow of war, in an age of severe economic hardship, it was considered important for Britain to host the games successfully. For the BBC, the Games were a point of prestige, but also an opportunity to showcase how they thought outside broadcasting should be done.

Berlim por uma pessoa infiltrada, estudo minucioso do filme *Olympia*, citado anteriormente, cópia do planejamento abortado de cobertura das Olimpíadas de 1940, em Helsinki, e os relatos de bastidor de uma cobertura pouco satisfatória das Olimpíadas de Inverno na Suíça naquele mesmo ano. Tratava-se de alto e estratégico investimento em torno de uma tecnologia ainda em teste, porém com grande valor simbólico na competição entre nações em ambiente pós-guerra de reafirmação de valores e reposicionamento político.

Também nestas Olimpíadas surgiu o conceito de um edifício¹⁸⁶ dedicado às operações da mídia. (Figura 18) O prédio a partir do qual se realizam as transmissões dos Jogos e onde a imprensa se reúne passaria a fazer parte do arsenal não discursivo, proeminente nas estratégias de visibilidade dos Jogos junto à imprensa internacional, posteriormente fonte de renda e deferência no tratamento entre jornalistas e empresas midiáticas - muito embora, nesse momento, a ação se constituísse como uma estratégia da própria BBC, do governo e empresários britânicos.

A BBC enfatizou a necessidade de acomodação perto do estádio em um edifício que pudesse abrigar um conjunto de necessidades técnicas, operacionais e informativas. Talvez percebendo a escala das operações e a resistência da BBC em esticar ainda mais o orçamento, Elvin concordou em emprestar o Palace of Arts, construído como parte da 1924 Empire Exhibition como abrigo para o Radio Centre (HAYNES, 2010, p. 13, tradução nossa).¹⁸⁷

¹⁸⁶ Além das Arenas esportivas, outros prédios simbólicos já haviam sido anexados ao cenário olímpico. Os jogos de 1924, em Paris, foram os primeiros a contar com uma Vila Olímpica para os atletas. Além de se constituir como mais um prédio com relevante representatividade neste dispositivo, a manutenção dos competidores em um mesmo espaço facilita, ainda hoje, as medidas de controle e estabelecem um território de refúgio dos atletas contra o assédio da imprensa, ao mesmo tempo em que as próprias restrições se estabelecem como fonte de notícias para os jornalistas. Este se constituirá, historicamente, em um espaço de embates e disputas, principalmente em relação ao dispositivo midiático, quando medidas restritivas serão tomadas para impedir o vazamento de fotografias e outras informações até então confinadas à convivência interna dos competidores.

¹⁸⁷ The BBC emphasized the need for sufficient accommodation near the stadium in a building that could house a range of technical, operational and informational needs. Perhaps realizing the scale of operations and the reticence of the BBC to stretch their escalating budget still further, Elvin agreed to lease the Palace of Arts, built as part of the 1924 Empire Exhibition, as the venue for the Radio Centre.



Figura 18: Broadcasting Center, Londres 1948.
Fonte: BBC Television Newsreel.

As tentativas da BBC de negociar com o Comitê Olímpico os altos custos da reforma do Palace of Arts e das transmissões foram rechaçadas e a conta acabou ficando sob responsabilidade da emissora. “[...] A responsabilidade e os custos de hospedagem das instalações de transmissão para os Jogos caiu no colo da BBC. Indiscutivelmente, em 1948, assistimos pela primeira vez a uma emissora compartilhar os custos dos Jogos enquanto evento midiático global.” (HAYNES, 2010, p. 14, tradução nossa).¹⁸⁸

Global não pelo alcance da cobertura, restrita territorialmente em função das tecnologias disponíveis à época, mas pelo fato de, além da própria transmissão, a BBC ter ficado responsável por fornecer instalações e condições de trabalho para 200 profissionais de 60 emissoras de rádio de várias partes do mundo. O Centro tinha oito estúdios de rádio, 32 canais com 15 boxes para comentaristas e 16 cabines no Wembley Stadium, mais 16 na Empire Pool

¹⁸⁸ [...] the responsibility and cost of hosting the broadcast facilities for the Games squarely fell in the lap of the BBC. Arguably, in 1948 we saw the first instance of broadcasters carrying some of the burden of the Games as a global media event.

onde aconteceram as provas de natação e boxe. Para as transmissões de TV, foi instalado um cabo coaxial entre Wembley e a Broadcasting House (BBC, sd).¹⁸⁹

A conexão entre o estado, a BBC e o IOC conformou-se em um discurso nacionalista de superação e conexão global, tendo como campo de ação não apenas os Jogos e os atletas, mas o ambiente estratégico do Centro de Transmissões. No discurso oficial da emissora, reinaram a camaradagem e um claro orgulho pela construção de relações midiáticas globais sob comando da BBC, conforme descrito pelo diretor da emissora no relatório oficial de 1948:

[O Centro era] um terreno de consultoria, onde os produtores poderiam pedir conselho aos engenheiros sobre a melhor maneira de superar os problemas de linhas de comunicações e onde a equipe técnica poderia fazer uso dos conhecimentos linguísticos dos produtores da BBC, que estavam construindo a história dos Jogos para todos os países do mundo (BBC, 1948, p. 3, tradução nossa).¹⁹⁰

Porém, nos bastidores, as relações entre a BBC e o IOC estavam balançadas devido aos pesados investimentos da emissora e à omissão do Comitê naqueles que passaram a ser chamados “Jogos da Austeridade”. Fazendo uso da estratégia de silêncio e distanciamento (ação comum em vários momentos históricos), o IOC deixou de responder aos diversos apelos da emissora em relação aos custos de transmissão, ainda que, oficialmente, o IOC informe que o cheque passado pela BBC como pagamento pelos direitos de transmissão nunca chegou a ser descontado.

O universo olímpico passaria, a partir de então, a ser contabilizado não apenas pela presença física nos estádios, mas pelo público alcançado à distância por meio das telas da agora infante televisão, uma *intermedia*, nos dizeres de Jost (2010).¹⁹¹ Por sua parte, em seus discursos, a BBC passa a utilizar as Olimpíadas como vitrine de visibilidade à sua superioridade tecnológica e logística, com base nas sucessivas transmissões e no *know-how* adquirido ao longo dos anos. Os discursos se entrelaçam, encobrem as disputas de bastidor e procuram passar ao mundo a

¹⁸⁹ BBC. The 1948 Olympics | Behind the scenes at the Austerity Games. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/archive/olympics_1948/12106.shtml>. Acesso em: 17 nov. 2014.

¹⁹⁰ [The Centre was] a consulting ground where producers could take advice from the engineers on the best way of overcoming problems of lines of communications and where the technical staff could make use of the linguistic knowledge of the BBC producers who were pulling together the story of the Games for all the countries of the world.

¹⁹¹ Para Jost (2007, p. 44), “a televisão é, em sua origem, o que se poderia chamar de intermedia: longe de se firmar como uma mídia independente, com propriedades únicas e insubstituíveis, ela faz a síntese de técnicas e de espetáculos já existentes”.

imagem de superação, vitória, união, com base nos esportes e nas mídias, poderes e saberes que vemos perdurar ainda hoje.

Após Londres, outro momento marcante das televisualidades olímpicas foram os Jogos de Roma, em 1960, quando a televisão começou a se transformar em mídia desterritorializada. Pela primeira vez, as imagens ultrapassaram os territórios locais ao vivo em transmissão para a Europa, atingindo 26 países simultaneamente. Na sequência, 1964, Tóquio transmitiu pioneiramente por satélite para todo o mundo, revelando a essência fundamental do ao vivo enquanto fenômeno midiático global, mesmo que ainda pouco domesticado (MACHADO, 2000).

Ainda que muitas negociações tenham ocorrido no entorno televisivo na década de 1970, apontamos Los Angeles (1984) como marco de um dos mais significativos rearranjos estratégicos da história olímpica, diante das profundas fissuras provocadas por uma crise relacionada aos direitos de imagem e às Olimpíadas na década anterior¹⁹². Foi a partir daí, desse modelo econômico (corporatização, nos dizeres de Short, 2004), que a venda dos direitos de imagem às grandes emissoras de televisão e às empresas do TOP Programme¹⁹³ passaram a ser assumidos como sustentáculo do Comitê Olímpico Internacional. (Gráfico 5) O reposicionamento teve grande impacto nas relações com a imprensa escrita e com a mídia televisiva, na medida em que apontou para uma fórmula econômica lucrativa, baseada no suporte de empresas privadas. É possível perceber claramente no gráfico abaixo o salto nos valores investidos nas Olimpíadas pelas empresas de televisão, após a apresentação desse modelo de financiamento e de rentabilidade pelo Comitê Olímpico americano.

¹⁹² A década de 1970 foi marcada por eventos trágicos como o ataque à Vila Olímpica nas Olimpíadas de Munique, em 1972, e uma série de denúncias envolvendo o pagamento de propina a dirigentes do IOC. Nesta década, o número de cidades interessadas em hospedar os Jogos decresceu rapidamente, ameaçando, inclusive sua existência.

¹⁹³ Programa global de *marketing* olímpico, aos moldes dos contratos televisivos, por meio do qual empresas parceiras assinam contratos de longa duração com o Comitê Olímpico Internacional, garantindo a entrada em diversos países, sem precisar negociar separadamente com cada país. Entre os patrocinadores oficiais estão empresas polêmicas como a Dow Chemical Company. Essas parcerias afetam diretamente o público, já que ficam sujeitos aos seus produtos dentro e nos arredores das arenas olímpicas. Em 2012, por exemplo, nos locais de competições dos Jogos, os bares, lanchonetes e demais lojas aceitaram apenas cartões de crédito Visa, uma das patrocinadoras. No período 2009-2012, o Comitê Olímpico Internacional arrecadou 957 milhões de dólares com o programa, que funciona sob o princípio de exclusividade.

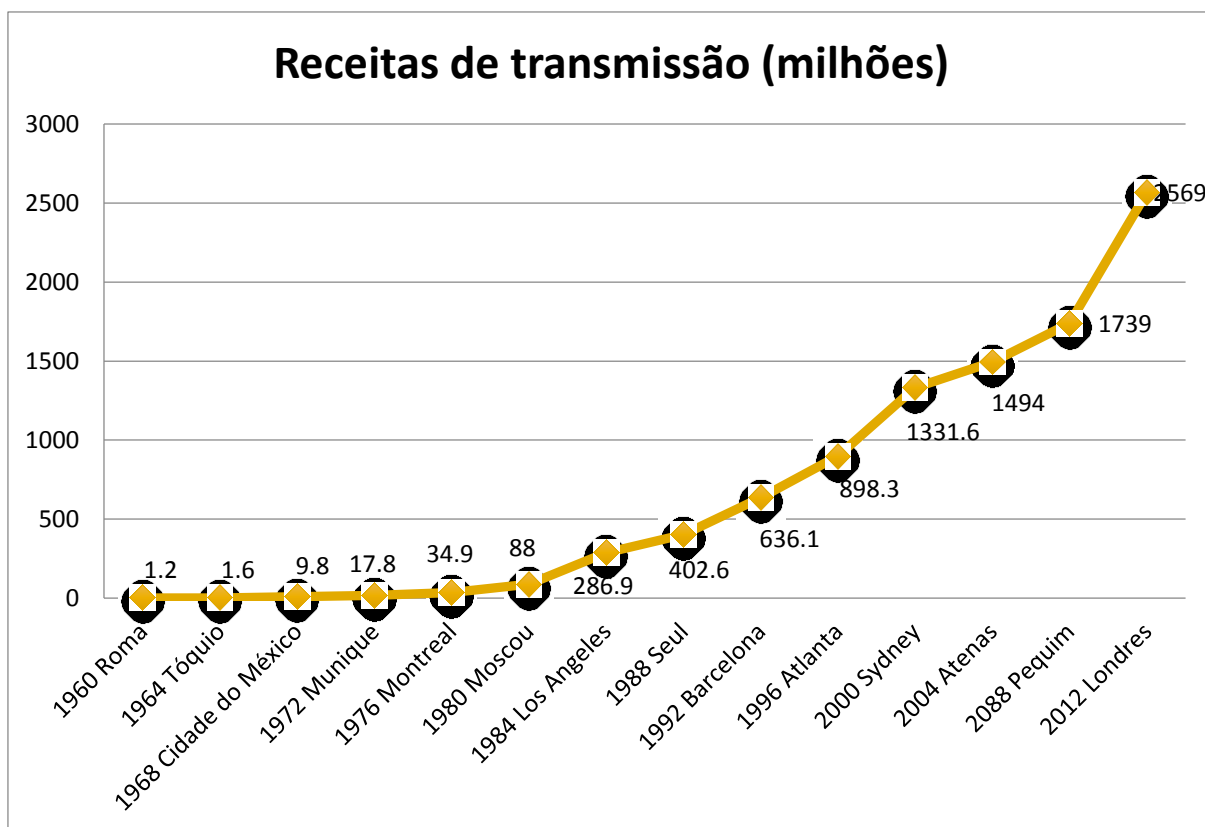


Gráfico 5: 1984 marca um salto na conexão econômica entre televisão e Olimpíadas.
 Fonte: Autoria própria, com dados do IOC.

A relação mídia-Olimpíadas foi discutida pela primeira vez em 1998 em um dos famosos Simpósios Olímpicos, momento em que o IOC reúne figuras que considera representativas (geralmente parceiros), manda recados à sociedade e utiliza esses discursos para se reposicionar estrategicamente. Ali, a televisão foi apresentada como “cenário privilegiado para experimentação e apresentação de inovações ao público” (LLINÉS; MORENO, 1998, p. 115) pelas pesquisadoras da Universidades de Barcelona (onde está situado um dos Centros de Estudos Olímpicos a que nos referimos anteriormente).

Estes jogos se tornaram **laboratórios de teste e plataforma de lançamento** para as novas tecnologias audiovisuais, uma vitrine por meio da qual eles mostram ao público seus avanços tecnológicos mais recentes. Este tem sido o caso do rádio internacional, do advento da televisão (preto e branco e em cores), do uso da comunicação por satélite, TV de alta definição e os últimos avanços neste campo: uso de equipamento digital na captura e gravação de

material audiovisual (LLINÉS; MORENO, 1998, p. 115, tradução nossa, destaque das autoras).¹⁹⁴

A estratégia de se colocar enquanto plataforma visual das tecnologias televisivas tem sido marca da relação mídias-Movimento Olímpico desde então e está condensada na Tabela 3.

Na década de 1990, as negociações com as emissoras de televisão passaram a abranger longos períodos, buscando estabilizar os direitos de transmissão em torno de um pequeno grupo de parceiros, negociando os direitos de transmissão em blocos de três edições dos Jogos de Verão e duas de Inverno (ROMERO, 1998).

Pequim (2008) marcou nova etapa na administração dos direitos de transmissão dos jogos quando, pela primeira vez, o IOC negociou com as empresas nativas de internet como vimos anteriormente.

Retomemos a pergunta original desta seção. O que une, no atual regime de instabilidade característico das comunicações contemporâneas, esportes, mídia e jornalismo a ponto de interferir na cobertura da BBC em Londres 2012 e, acreditamos, nos futuros megaeventos?

¹⁹⁴ These Games became a privileged test lab and launch pad for new audio-visual technologies, a showcase through which they could let the public know about the latest technological advances. This has been the case for international radio, the advent of television (black and white, and colour), the use of communications satellites, high definition television and the latest advances in this field: the use of digital equipment to capture and record audio-visual material.

Cidade	Ano	Relação com a televisão	Horas	Público	Países
Berlim	1936	Primeira exibição – demonstração experimental.	138	162 mil	1
Londres	1948	Primeira transmissão ao vivo para Londres. Cobertura multicâmera, com diferentes ângulos e perspectivas.	64	500 mil	1
Helsinki	1952	Não houve transmissão, pois não havia televisão na Finlândia. NBC ofereceu-se para transmitir, mas não houve acordo com IOC.	-	-	2
Melbourne	1956	Boicote nas transmissões. Ainda assim, nas Olimpíadas de Inverno, o uso de múltiplas câmeras passa a permitir ao público que assistia pela televisão visão completa de uma prova (começo e fim de uma corrida, por exemplo), experiência diferente de quem estava no local.	-	-	1
Roma	1960	Primeira transmissão ao vivo para Europa. Uso de <i>slow motion</i> .			21
Tóquio	1964	Satélite, transmissão global, uso da cor. Uso de <i>freeze-frame</i> .			40
México	1968	Câmeras menores, com maior circulação e independência, permitindo maior aproximação das provas.		60 mil	n/a
Munique	1972	75% das transmissões feitas ao vivo e o restante gravado. Filmagens de provas de regata, na água. Gravação em cores pela primeira vez.		900 mil	98
Montreal	1976	Mudanças nas narrativas, com proximidade dos atletas e <i>close ups</i> extremos. Primeira vez que todos os eventos foram cobertos pela televisão. Utilização de unidades móveis.			124
Moscou	1980	Utilização de autocâmeras nas provas de rua. Câmeras instaladas em helicópteros e barcos. Utilização de som local pela primeira vez (<i>sports sounds effects</i>).			111
Los Angeles	1984	Primeiras Olimpíadas sem laboratório de filme. Filme tornava-se obsoleto. Sistema super <i>slow-motion</i> . Câmeras compactas. Uso de fibra ótica.		2.5 mi	156
Seul	1988	TV em alta definição, nove satélites utilizados. Protótipos de câmeras CCD.	2.572	1.4 bi	160
Barcelona	1992	Captura de imagem digital pela primeira vez.	2.800	3.5 bi	193
Atlanta	1996	Uso de câmeras aéreas, acima do estádio.	3.000	3.2 bi	214
Nagano (Jogos de Inverno)	1998	Primeira experiência de <i>webcasting</i> . Primeira experiência de Vídeo on Demand (VOD). Na Vila Olímpica, atletas tiveram acesso a computadores, puderam interagir por <i>e-mail</i> e construir páginas com informações pessoais.	600	-	-
Sydney	2000	Introduzido novo sistema de medição de audiência pelo IOC. Por iniciativa da IBM, foram disponibilizados 50 computadores para que os espectadores pudessem enviar <i>e-mail</i> e se informar sobre os atletas.	3.500	3.6 bi	220
Atenas	2004	Autorizada pela primeira vez transmissão pela internet, com restrição regional. BBC fez cobertura completa gratuita ao vivo pela <i>web</i> .	3.800	3.9 bi	220
Pequim	2008	Primeiros jogos produzidos e transmitidos completamente em alta definição (HDTV). Transmissão digital para todo o mundo. IOC cria seu próprio canal digital e transmite para 78 países em que não há emissora oficial. (Oriente Médio, Ásia e África)	5.000	4.7 bi	220

Tabela 3: Audiência dos jogos por meio da televisão.

Fonte: Autoria própria a partir de fontes diversificadas.

No nosso modo de ver, o amálgama dessa intrincada relação é a crença na centralidade do vídeo nos regimes futuros de visualidade, no poder imagético mobilizador dos esportes, da juventude e das mulheres (ZIMBALIST, 2015), na força das transmissões dos espetáculos ao vivo e um pacto de sustentação do regime vertical nas relações com as demais instâncias de produção e consumo, elevando a internet ao *status* de uma **mídia coprodutora de conteúdo**, compreendendo mídia, nas palavras de Jost (2010), como “uma instituição que gera conteúdos com vistas a sensibilizar um público, e não como uma simples mediação autorizada pelo meio eletrônico”.

Não importa a plataforma: telas domésticas, *tablet*, celular ou o que vier. A televisão se reinventa (MILLER, 2009), “traz para dentro de si qualquer mídia ou qualquer outra forma de cultura” (SANTAELLA, 2003, p. 41), fazendo da multiplicidade de telas também um potencial multiplicado de fontes de recursos. Emissoras, Comitê Olímpico, mediadores da *web* e parte da imprensa (aquela conectada às emissoras parceiras) estrategicamente se posicionam frente aos desafios trazidos pela internet e assumem seu lugar, parecendo confiar que algumas concessões em termos da participação da audiência, como as propostas por Sorrell (2009), poderão diluir tensões entre o cruzamento das lógicas horizontais e verticais. Resta saber como esse pacto irá lidar com as divergências provenientes das várias linhas de frente contrárias a esse regime de imposição normativa nos próximos anos. Como resume Zimbalist (2015, p. 2), “os jogos podem beneficiar seus afortunados promotores, mas aqueles posicionados no meio ou na parte inferior da escada da renda parecem estar pagando a conta. E eles cada vez menos gostam disso”.

A insatisfação tem extravasado do *off-line* para o *on-line* e do *on-line* para o *off-line*, de maneira que modos de ver, tempos e espaços se encontram cada vez mais enredados e tensionados pelas lógicas de transmissão característica das mídias de massa e as lógicas de compartilhamento, marca das conexões em redes digitais.

3.3 TERRITORIALIDADES E ENTORNO VISUAL: CONFLITOS VISÍVEIS

Silva, Ziviani e Madeira (2014) situam as cidades escolhidas para sediar megaeventos nos contextos de espetacularização crescente dos processos de “revitalização” urbana, constituindo-se em mais um nó de conexão entre os dispositivos midiático, esportivo e jornalístico, tensionado na lógica do hiperdispositivo.

Potencializadas pelo eficiente marketing, tornam-se casos espetaculares e paradigmáticos de branding urbano com o objetivo de lhes garantir um lugar de destaque na geopolítica das redes globalizadas de cidades turísticas e culturais. A componente econômica e, sobretudo, as potencialidades comerciais e turísticas de um megaevento surgem como a solução, supondo que as cidades serão sujeitas a elevados investimentos, sendo dinamizadas tanto as economias locais, como os circuitos globalizados de produção e distribuição de bens e serviços (SILVA; ZIVIANI; MADEIRA, 2014, p. 3).

Assim, os regimes de visualidade exacerbada estendem-se historicamente para além das arenas olímpicas, espalhando-se pelas praças e ruas, *on-line* e *off-line*. Enquanto ambientes de contestações, esses territórios são ocupados por forças antagônicas em disputas discursivas de luzes e sombras. Um dos aspectos relevantes dessa batalha pela ocupação dos ambientes urbanos passa pela sanitização dos espaços públicos, entendida por Gomes e Carvalho (2010, p. 8) como a exclusão, “seja de determinados grupos, seja de determinados comportamentos [...] enquadrados em mais amplo movimento de comodificação, estetização e homogeneização dos espaços contemporâneos”. Enquanto evento midiático transmitido globalmente e ao qual são atraídos jornalistas e emissoras de televisão do mundo inteiro, as cidades, na perspectiva das entidades promotoras dos megaeventos, devem estar belas, isentas de quaisquer resquícios de pobreza ou manifestações que possam prejudicar as imagens ou tornar-se alvo de reportagens negativas.

Marco nesse processo de conformação das cidades como “campo de disputa simbólica e discursiva por visibilidade no âmbito dos megaeventos” (SILVA; ZIVIANI; MADEIRA, 2014, p. 4) foi a Olimpíada de 1992, na qual foi forjado o chamado “Modelo Barcelona” de revitalização econômica e cultural. Esse modelo, replicado até hoje pelas cidades-sede, consiste na conformação de uma rede de discursos de visibilidade midiática como justificativa para mudanças significativas na mobilidade, recuperação urbana e embelezamento de áreas empobrecidas, os chamados “legados tangíveis”. Segundo Silva e Ziviani (2015, no prelo), “desde Barcelona o que temos são inúmeras denúncias de elitização de espaços urbanos, gentrificação de lugares antes ‘deteriorados’, remoção de populações vulneráveis para desocupar espaços a serem reestruturados ou revitalizados”.

Seul (1988) teria sido, de acordo com a jornalista canadense Katie Hyslop (2009, s.p.), uma das primeiras cidades a votar uma legislação permitindo retirada das ruas dos “pobres, sem-teto e viciados”, antes da chegada de turistas, jornalistas e suas câmeras.

Após a Lei de requalificação urbana (Direito Público #3646) ter sido aprovada sob o pretexto de embelezamento da cidade, 48.000 edifícios que abrigavam 720 mil pessoas foram destruídos entre 1982 e 1988, para a finalidade de construir apartamentos e prédios comerciais. Noventa por cento das pessoas deslocadas não podia pagar a nova habitação, e muitos foram forçados a viver em favelas erguidas em estacionamentos de igrejas e outros espaços abertos, muitas vezes sujeitos à expulsão pela polícia. Mais perto dos Jogos, as pessoas sem-teto e vendedores ambulantes também foram caçados e afastados da cidade para "embelezamento" (HYSLOP, 2009, s.p., tradução nossa).¹⁹⁵

Esta mesma técnica se repetiria em Atlanta (1996), Sydney (2000) e Atenas (2004). Nunca saberemos o que ocorreu em Pequim (2008), devido à censura característica da China. Esta é uma importante questão a ser pesquisada em relação a Londres (2012).

Em julho de 1996, reportagem do *The New York Times* abordou as táticas da polícia de Atlanta para evitar a circulação dessas pessoas durante eventos de grande visibilidade. Segundo depoimento de um deles, é fácil identificar quando os problemas vão começar. "Ele não precisa de um calendário ou de uma calculadora ou precisão estatística para saber que as prisões dele e de outros estão localizadas ao redor" (SMOTHERS, 1996, s.p.) dos grandes eventos que acontecem na cidade. Os sem-teto inclusive já tinham desenvolvido, segundo a reportagem, suas próprias táticas (DE CERTEAU, 1994) para não serem incomodados nesses períodos: encontrar um lugar para ficar, andar com identificação, dinheiro no bolso, boas roupas e evitar os lugares mais movimentados.

Com a passagem de uma nova portaria e uma aplicação mais rigorosa de uma série de leis antiócio e mendicância, eles veem aumentado os esforços para remover as pessoas sem-teto das ruas em antecipação à chegada de cerca de três milhões de visitantes para os Jogos, de 19 de julho a 4 de agosto. Mr. Johnson [sem-teto entrevistado pelo repórter] disse ter sido alertado sobre uma varredura da polícia esta semana. Nos últimos meses, as autoridades da cidade, incluindo o prefeito Bill Campbell e o chefe do Departamento de Polícia, têm insistido que não existe uma política da cidade para reprimir os sem-teto antes das Olimpíadas. [...] Ainda assim, Anita Beaty, co-diretora da Força Tarefa de Atlanta para Sem-Teto, disse que seu grupo tinha documentado mais de 9.000 detenções de pessoas sem moradia de maio de

¹⁹⁵ After the Urban Redevelopment Law (Public Law #3646) was passed under the guise of city beautification, 48,000 buildings housing 720,000 people were destroyed between 1982 and 1988 for the purpose of building highrise apartments and commercial buildings. Ninety per cent of the dislocated people could not afford the new housing, and many were forced to live in shantytowns erected in church parking lots and other open spaces, which were often subjected to eviction by police. Closer to the Games, homeless people and street peddlers were also rounded up and removed from the city for "beautification."

1995 a maio de 1996, um número que ela disse ser quatro vezes maior do que o grupo havia registrado em outros anos (SMOTHERS, 1996, s.p., tradução nossa).¹⁹⁶

A movimentação em torno das mudanças urbanas e de embelezamento da área onde aconteceriam os Jogos começou ainda em 1990, após indicação de Atlanta como sede dos Jogos de 1996. O Comitê Olímpico de Atlanta propôs renovar a região conhecida como Atlanta Housing, conjunto de prédios destinados à população de baixa renda e grande incômodo para a Coca-Cola, coincidentemente vizinha do espaço (Figura 19), transformando-a em apartamentos a serem alugados aos atletas durante os Jogos. A história é longa¹⁹⁷, mas terminou com a retirada de todos os moradores e 10 mil atletas hospedados no local.

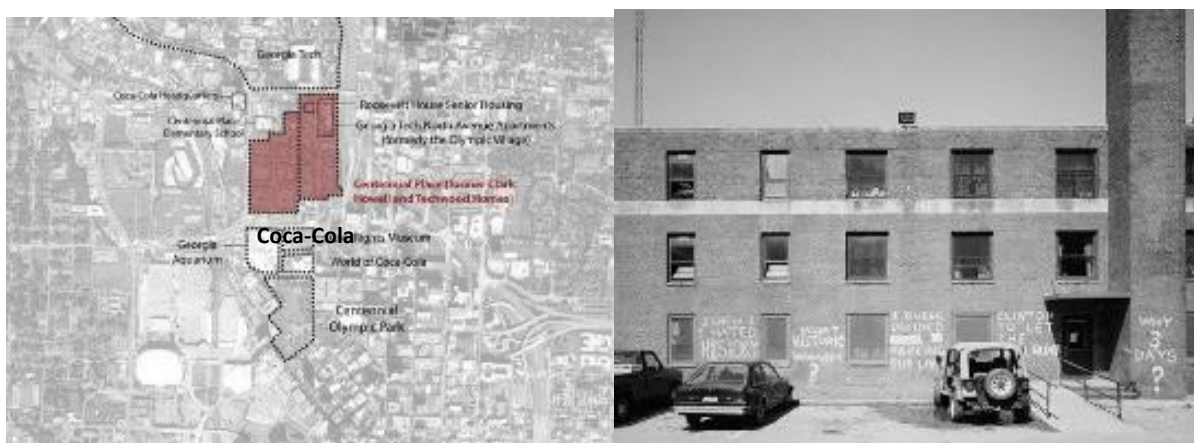


Figura 19: Clark Howell/Techwood Homes site, localizado próximo à sede da Coca-Cola.

Fonte: <<https://placesjournal.org/article/the-displacement-decathlon/>>.

A estratégia adotada pelas instituições promotoras de megaeventos, em sintonia com as ações de governos, patrocinadores e comércio local, tem se tornado foco de resistências e críticas que ganham ainda maior visibilidade por meio das conexões possibilitadas pela internet e redes sociais digitais. Em 2003, diante das denúncias dos impactos das obras de

¹⁹⁶ With the passage of a new ordinance and stricter enforcement of a number of anti-loitering and panhandling ordinances, they see increased efforts to remove homeless people from the streets in anticipation of the arrival of about three million visitors for the Games, from July 19 to Aug. 4. Mr. Johnson said he had been told to expect a police sweep this week. In the last few months city officials, including Mayor Bill Campbell and Chief Beverly Harvard of the Police Department, have insisted that there is no city policy to clamp down on the homeless before the Olympics. [...]Still, Anita Beaty, co-director of the Atlanta Task Force on the Homeless, said her group had documented more than 9,000 arrests of homeless people from May 1995 to May 1996, a number she said was four times greater than what her group had recorded in other years.

¹⁹⁷ Os detalhes deste e de outros processos de desocupação relacionados aos Jogos Olímpicos podem ser conhecidos em Lawrence Vale & Annemarie Gray, *The Displacement Decathlon*, *Places Journal*, April 2013. Disponível em: <<https://placesjournal.org/article/the-displacement-decathlon/>>. Acesso em: 12 dez. 2014.

preparação para as Olimpíadas de Atenas (2004), o COHRE, uma organização não governamental com sede na Suíça, lançou um projeto específico para monitorar as questões de moradia na cidades-sede dos Jogos Olímpicos.

Nossas preocupações sobre o sofrimento infligido a essas comunidades, e as dificuldades em fazer com que as autoridades gregas levassem o problema a sério, lembrou-nos de muitos outros que haviam sido igualmente afetados pela realização de manifestações desportivas e outros eventos. Nós tínhamos visto esse problema se repetir em cada cidade organizadora dos Jogos Olímpicos; e em muitas outras cidades-sede de outros tipos de megaeventos, como feiras mundiais ou Expos, conferências do FMI, até mesmo concursos de beleza. Nossa raiva em relação aos muitos exemplos de comunidades e pessoas que tinham sido despejadas à força de suas casas e terras, a fim de abrir caminho para estádios, novos hotéis, parques de estacionamento, ou fachadas bonitas, levou COHRE a iniciar o programa MegaEvents, Olympic Games and Housing Rights Project (COHRE, 2007, p. 7, tradução nossa¹⁹⁸).¹⁹⁹

Outros movimentos de questionamento das ações no entorno olímpico têm se propagado pela internet e se configuram como uma linha relevante na conformação do nosso hiperdispositivo.

Ainda em relação aos legados tangíveis e intangíveis, Sydney trouxe à tona duas questões importantes, incorporadas às discussões nos jogos seguintes: o discurso de incremento do turismo nas cidades-sede e a validade das obras e dos estádios deixados como legado. Estudo realizado por Giesecke e Madden (2007) mostram que a construção de estádios esportivos não foi suficiente para estimular a economia de um país em longo termo. Além disso, argumentam, a chegada dos turistas às cidades-sede de megaeventos tem sido

¹⁹⁸ Our concerns about the suffering being inflicted upon these communities, and the difficulties experienced in getting the Greek authorities to take the problem seriously, reminded us of many others who had been similarly affected by the hosting of major sporting and other events. We had seen this problem before, over and over again, in every city hosting the Olympics; and in many other cities hosting other types of mega-events, such as World Fairs or Expos, IMF conferences, even beauty pageants. Our anger at the many examples of communities and individuals who had been forcibly evicted from their homes and lands in order to make way for sports stadiums, new hotels, car parks, or pretty façades, prompted COHRE to initiate the MegaEvents, Olympic Games and Housing Rights Project.

¹⁹⁹ Muito embora nos interessem as questões importantes levantadas pelo COHRE, por compreender uma importante linha de força em nosso dispositivo capaz de catalisar ações midiáticas paralelas à grande mídia, não entraremos nos detalhes do amplo estudo realizado pela entidade sobre os impactos das Olimpíadas junto às comunidades em Seul, Atenas, Pequim, entre outras. Para detalhes, consultar o documento Fair Play for Housing Rights. Disponível em: <<http://www.ruig-gian.org/ressources/Report%20Fair%20Play%20FINAL%20FINAL%20070531.pdf>>.

historicamente precedida de uma debandada da população local, estimulada pelos feriados e ansiosa por escapar do turismo febril.

Também a Grécia (2004), menor país a sediar as Olimpíadas desde os Jogos da Finlândia (1952), em Helsinki, enfrenta até hoje problemas relacionados às obras olímpicas.

Embora Atenas/2004 tenham sido encerrados por Jacques Rogge com elogios, “inesquecíveis, jogos dos sonhos”, poucos anos depois revelaram-se como um dos muitos fatores responsáveis pelo declínio econômico do país.

Apesar de centenas de milhares de visitantes terem ido à Grécia em 2004 para presenciar o retorno dos jogos à sua terra natal, nos anos seguintes a participação da Grécia no turismo cresceu menos do que em países como Croácia e Turquia, que se beneficiaram de custo de vida mais baixo e melhor *marketing*. Muitos dos estádios e instalações construídas a um custo enorme caíram em desuso. No sul de Atenas, um passeio marítimo de 2 km que ligava os três estádios utilizados para os Jogos tornou-se uma lixeira de entulhos. O governo está tentando vender uma área de 620 hectares próxima à arena olímpica, depois de falhar nas tentativas de explorá-la de forma lucrativa (MALKOUTZIS, 2012, s. p., tradução nossa).²⁰⁰

Em 2014, dez anos após os Jogos, a imprensa mundial²⁰¹ retomou o tema com fotos²⁰² da decadência dos prédios olímpicos. (Fig. 21)

²⁰⁰ Although hundreds of thousands of visitors came to Greece in 2004 to be a part of the games' return to their birthplace, in the following years Greece's share of the tourism pie grew smaller as visitors opted for other countries, such as Croatia and Turkey, which benefited from lower prices and better marketing. Many of the stadiums and facilities built at such huge cost fell into disuse. In southern Athens, a 2 kilometer seafront promenade linking three stadiums used for the games has become a dumping ground for rubble and trash. The government is renewing its efforts to sell one nearby Olympic site—the 620-hectare area at Hellenikon—after failing to develop it profitably.

²⁰¹ A notícia e as imagens foram divulgadas pela agência AP e reproduzidas em jornais, *sites* e televisões de vários países, como Estados Unidos, Inglaterra, Austrália, Brasil, entre outros.

²⁰² O álbum completo com as imagens pode ser visto em <<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2723515/Athens-Olympics-leave-mixed-legacy-10-years-later.html>>.



Ruined: This training pool in northern Athens, which was once used by hundreds of Olympic athletes, lies abandoned filled with rubbish and waste ten years later



Deserted: Built as a coat of honour, the venue played host to millions of spectators, athletes and officials. Above, the beach volleyball Olympic venue in her final

Figura 20: Estádios abandonados dez anos após as Olimpíadas de Atenas.
 Fonte: Daily Mail, 2014.

Seguindo as denúncias sobre Atenas, vieram à tona fotos de Sarajevo, onde aconteceram as Olimpíadas de Inverno de 1984, em reportagem da revista *People*.

Imagens de locais olímpicos degradados são tão onipresentes que eles se tornaram o seu próprio gênero de "ruína pornô". Mas não há local olímpico com mais trágica história do que os Jogos de Inverno de 1984 em Sarajevo, os primeiros Jogos Olímpicos de Inverno já realizados em um país comunista. Menos de uma década depois de sediar os Jogos, a cidade foi sitiada pelas forças sérvias da Bósnia, por três anos, no auge da Guerra da Bósnia. Estima-se que 10 mil civis morreram durante o cerco, e os locais do Parque Olímpico foram transformados em cenas de combates pesados (PEOPLE, 2014, s.p., tradução nossa).²⁰³

²⁰³ Images of run-down Olympics venues are so ubiquitous that they've become their own genre of "ruin porn." But no Olympic sites possess the tragic history of those built for the 1984 Winter Games in Sarajevo, the first Winter Olympics ever held in a communist country. Less than a decade after hosting the Games, the city was besieged by Bosnian Serb forces for three years at the height of the Bosnian War. An estimated 10,000 civilians died during the siege, and the venues of the Olympic park were transformed into scenes of heavy fighting.

Essa consequência coloca mais um desafio às Olimpíadas. Sua expansão territorial para países sem lastro financeiro e com controle de gastos ineficiente põe em xeque o discurso de desenvolvimento e sustentabilidade, bases dos enunciados e acordos comerciais do Movimento. Ao mesmo tempo, esses mercados permitem a continuidade do ciclo comercial dos megaeventos na medida em que a sociedade é mais complacente com prestações de contas nebulosas, caso de Sochi/14. Conquanto as Olimpíadas não sejam as únicas responsáveis pelas consequências registradas por essas fotografias da Grécia que correm o mundo, sua imagem fica cada vez mais comprometida. Por outro lado, com tantas críticas e resultados negativos, ampliados pelos compartilhamentos e comentários *on-line*, países em crise financeira deixam de ver nas Olimpíadas um canal de resgate de sua imagem e possível solução para seus problemas, como ocorrera em outras edições.

Logo após a divulgação das imagens decadentes dos estádios gregos, Bloomberg Business Week trouxe a manchete "Europe Says 'No Thanks' to the 2022 Winter Olympics". (Figura 21)



Figura 21: Ilustração da reportagem "Europe Says 'No Thanks' to the 2022 Winter Olympics".

Fonte: <<http://www.businessweek.com>>.

A reportagem expressa o temor dos países e cidades com os custos cada vez mais exorbitantes dos Jogos (a Rússia teria investido nada menos do que 51 bilhões de dólares em Sochi) e com as exigências do IOC.

Quando Oslo desistiu, o jornal norueguês VG publicou trechos de manuais do COI para os países-sede sob a manchete: "IOC exige bebidas alcoólicas gratuitas no estádio e coquetel com o rei". O artigo destacou orientações afirmando que um bar completo deveria estar disponível no estádio durante a abertura e o encerramento. É aceitável servir apenas cerveja e vinho em dias de competição. O chefe de Estado deve estar lá para o início dos jogos. "A cerimônia é geralmente precedida por um aperitivo e seguido de uma recepção", diz o manual. Ele também deixa claro que o Comitê Olímpico do país deve se responsabilizar pelos custos da recepção de abertura. Um porta-voz do COI diz que o manual contém sugestões, e não exigências (SILVER, 2014, s.p., tradução nossa).²⁰⁴

A revolta das cidades europeias contra os jogos, diz a reportagem, teria começado em 2011, quando moradores do norte da Itália e Sul da Áustria votaram contra a candidatura da cidade fronteiriça Dolomites. Um plebiscito na Suíça também retirou Davos e St. Moritz. Estocolmo desistiu por falta de suporte político. Munique disse não, após vários referendos, como também o fez Cracóvia, na Polônia. Na Noruega, além da falta de suporte político, a população se mostrou contrária a projetos gigantescos que iriam "arruinar a paisagem urbana após os jogos." (SILVER, 2014, s.p.).

"De alguma forma", conclui Silver (2014), "as Olimpíadas se tornaram mais compatíveis com regimes autoritários, que podem utilizar os Jogos para mostrar suas conquistas. Um IOC reformado com custos mais baixos poderia voltar a atrair o Oeste novamente." (SILVER, 2014, s.p.).

As territorialidades relacionadas às Olimpíadas, entretanto, não se restringem às cidades e seus legados *off-line*. Cada vez mais se espriam pelo ambiente digital, constituindo verdadeiras ágoras de debate verbovisual, conectáveis por *hashtags* como #noolympics, #wasteofmoney, #antiOlympics, #noLondon2012, #noRio, #noBoston2024. Estas linhas de fratura se acumulam em extratos de provocações permanentes, reconfigurando as lutas agonísticas às quais se refere Foucault (1994).

²⁰⁴ When Oslo backed out, Norwegian newspaper VG ran excerpts from the IOC's manuals for host countries under the headline: "IOC Requires Free Booze in the Stadium and Cocktail Party With the King." The article highlighted guidelines stating that a full bar must be available in the stadium lounge during opening and closing ceremonies. It's OK to serve only beer and wine on competition days. The head of state must be there for the start of the games. "The ceremony is usually preceded by an aperitif and followed by a reception," the manual says. It also makes clear that the country's Olympic committee should pick up the bar tab for the opening reception. An IOC spokesperson says the manual consists of suggestions, not requirements.

Essas imagens, vídeos, *memes* e outras manifestações características da cultura da participação (JENKINS, 2006) permanecem *on-line*, concorrendo com outros dispositivos de memória olímpica, articulados verticalmente.

3.4 TEMPORALIDADES E DISPOSITIVOS DE MEMÓRIA

Ao analisar as condições de possibilidade da história, Koselleck (2001) defende a ideia de que cada civilização, cidade ou local possui extratos temporais, camadas de tempo, sobrepostas e justapostas umas às outras. Nesse sentido, temos o tempo em uma perspectiva social, cultural e podemos dizer que às cidades olímpicas são adicionadas outras camadas, que conjugam, além dos tempos locais, os tempos globais das televisualidades, adensados pelas múltiplas temporalidades das conexões digitais e seletividades jornalísticas.

Roche (2003) considera que as temporalidades e historicidades dos megaeventos ainda não foram conceituadas satisfatoriamente. Seeck e Rantanen (2015), após analisarem os estudos conduzidos na área, concluíram sobre a necessidade de aprofundar a compreensão relativa à globalização e à mediação de notícias “no contexto transnacional das sociedades em transição”, considerando os conceitos de “temporalidade e imprevisibilidade enquanto características inerentes aos eventos e rituais midiáticos” (SEECK; RANTANEN, 2015, p. 163). Silva, Ziviani e Madeira (2014) entendem os processos de memória como importante campo de disputa nos megaeventos, já que estes convocam “recordações que, quando tornadas públicas, incitam discussões entre a experiência íntima e a coletiva, entre o oficial e o dissidente, entre o aberto e o restrito.” (SILVA; ZIVIANI; MADEIRA, 2014, p. 4)

Para Roche (2003), megaeventos como as Olimpíadas são potencialmente memoráveis, porque acabam funcionando como espécie de marco estruturador dos tempos sociais, em função, parcialmente, de sua periodicidade e caráter migratório. Contribuem para esta marca, tanto a hospedagem do evento, quanto a atitude competitiva intercidades e internações no processo de candidatura, desvelado sete anos antes do evento. Para esse autor, as mídias eletrônicas, particularmente a televisão, funcionaram como diferencial marcante em relação à percepção temporal dos primórdios olímpicos, especialmente nas transmissões dos anos 1980 e 1990, quando dezenas de milhares de pessoas se reuniam para assistir às transmissões diante de um televisor, realocando espaços e conquistando tempos das pessoas, por exemplo,

quando as residências eram transformadas em espaços públicos de reunião, principalmente no entorno televisivo (DAYAN; KATZ, 1992). Com a internet, defende Roche (2003), a mediação televisiva, embora continue presente, significa apenas a ponta do *iceberg* de uma complexa ecologia de mídias e eventos esportivos, em que uma miríade de competições ocupam o calendário internacional, extravasando as temporalidades midiáticas ao incorporarem outros canais e telas às transmissões.

Tsatsou (2009) se propõe a pensar como as mídias eletrônicas e as comunicações contribuem para mudar os conceitos de tempo e espaço a partir das formas como as pessoas experimentam temporalidades, territorialidades e mobilidades na contemporaneidade. Para esse autor, megaeventos como as Olimpíadas ainda hoje interferem nas formas como as pessoas concebem e organizam tempo e espaço, enquanto eventos midiáticos globais. Já Volkmer (2008) chama de “evento-esfera” os espaços em rede nos quais pessoas de todo o mundo discutem os megaeventos globais.

Temos visto as temporalidades perpassarem todos os circuitos do nosso hiperdispositivo, por meio, por exemplo, dos tempos televisivos tensionados pelos tempos online (#NBCfail), das mudanças na programação do evento em função dos horários televisivos, dos diferentes tempos dos megaeventos globais em territorialidades distintas, das manifestações que se espriam *on* e *off-line*, permanecendo nas memórias da rede, re-acionadas a cada edição olímpica.

Defendemos, assim, que o acoplamento de dispositivos constitui-se na sobreposição de temporalidades distintas ou complementares, exigindo concessões e táticas muitas vezes estranhas ao universo do jornalismo diário, compondo o que podemos chamar de *hipercoberturas*, em que deslocamentos de rotinas, rearranjos funcionais, desconstrução de critérios caros ao dia a dia de uma redação passam a incorporar as pautas e estratégias visuais e discursivas.

Além disso, camadas temporais e de memória acabam por afetar os modos como a mídia global, nacional e local cobrem as Olimpíadas e como os cidadãos de cada país aceitam ou recusam os Jogos, transbordando esses sentimentos em manifestações *on* e *off-line*. Historicamente, os modos como o IOC tratou ou silenciou-se em relação a acontecimentos como a violência pré-olímpica na cidade do México (1968) e o atentado terrorista em Munique (1972) refletem ainda hoje sobre a imagem do evento. Durante as décadas de 1970 e 1980,

por exemplo, “não havia glória associada com a hospedagem das Olimpíadas” (ZIMBALIST, 2015. p. 1) e o IOC teve que aceitar Los Angeles como única candidata, o que marcou a história da cobertura midiática olímpica, como vimos anteriormente. Para Zimbalist (2015), a história hoje se repete.

Da mesma forma como forças conspiraram para eliminar candidatos no final dos anos 1970, em 2014 a escalada dos custos impôs um grande encargo financeiro nos países com poucos recursos e de serviço público deficiente. Enquanto promotores dos jogos faziam afirmações grandiosas sobre os benefícios econômicos a serem obtidos a partir de hospedagem da “stravaganza esportiva”, as populações locais pareciam pouco impressionadas (ZIMBALIST, 2015, p. 2).

Em junho de 2013, antes e durante a Copa das Confederações, mais de um milhão de brasileiros foram às ruas protestar, entre outros motivos, contra os gastos com a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016, no movimento que ficou conhecido como Jornadas de Junho. No mesmo período, em todo o mundo, explodiram outros protestos contra prioridades e políticas governamentais, dos Estados Unidos (Occupy Wall Street) ao Oriente Médio (Primavera Árabe), passando por Rússia, Paquistão, Ucrânia, África do Sul, Chile, Bolívia, China e Inglaterra, onde, em janeiro de 2012, integrantes do Movimento Occupy acamparam nas proximidades da St Paul’s Cathedral, em Londres. Cinco meses depois, o mesmo movimento se juntou, também na capital inglesa, a “outros 40 grupos protestando contra as Olimpíadas no movimento ‘Jogos de quem? Cidade de quem?’ organizado pela Rede Counter Olympics”.²⁰⁵

Alzamora e Rodrigues (2014, p. 1) defendem, em relação a movimentos dessa natureza, que “na interface porosa entre ruas e conexões de mídias sociais, a sociedade midiaticizada, sob a égide da lógica da convergência”, pode exercer “uma espécie de quinto poder, ao vigiar, denunciar” posicionamentos das mídias tradicionais. Entretanto, as mesmas linhas de fissura nesses movimentos, ao atravessarem mídias sociais como Twitter e Facebook, concorrem para fortalecer essas corporações de mídias que atuam na lógica de compartilhamento. Dessa forma, acabam por adicionar à “temporalidade efêmera e programada da contemplação

²⁰⁵ Cf. <<http://occupylondon.org.uk/whose-games-occupy-london-to-join-counter-olympic-network-protest-on-saturday/>>.

televisiva”, a “temporalidade diferida e difusa” (ALZAMORA; RODRIGUES, 2014, p. 5) das mídias digitais.

O uso de mídia sociais, por meio de registros, compartilhamentos e mediação dos eventos de ruas, tensionou linhas de força relacionadas à representação vertical da imprensa, dos partidos políticos e dos movimentos sociais. Em vez da causa unificada de partidos políticos e de movimentos sociais, a diversidade de reivindicações mediadas coletivamente por hashtags do Twitter e por eventos do Facebook. Em vez da voz unificada do repórter como mediador dos eventos nas ruas, a polifonia das ruas registrada e compartilhada em rede pelos próprios manifestantes (ALZAMORA; RODRIGUES, 2014, p. 4).

Retornaremos, no próximo capítulo, aos aspectos das temporalidades relacionadas à nossa metodologia cartográfica. Por agora, buscamos compreender como a temporalidade perpassa nossos dispositivos midiático, esportivo e jornalístico, sendo tensionado por outras camadas temporais características do hiperdispositivo, como as mídias móveis e os conteúdos gerados pelo usuário (CGU) em tempos diferidos da televisão tradicional.

Segundo D'Andrea e Ziller (2014), os eventos ocorridos no Brasil e, acrescentamos, no resto do mundo, podem ser considerados eventos históricos “em que a intensidade e diversidade dos acontecimentos políticos” extrapolam “os enquadramentos da mídia massiva”, tornando-se visíveis e relevantes “por meio de múltiplos registros audiovisuais” (D'ANDREA; ZILLER, 2014, p. 3), difundidas pelas redes sociais, na internet, por pessoas comuns.

Registradas a partir de diferentes pontos de vista, com equipamentos de qualidade diversa, elas contam pequenas histórias componentes de um todo que as tevês tradicionais muitas vezes procuram homogeneizar. Em geral, carregam forte carga testemunhal e emocional, o que reforça sua capacidade de estabelecer laços, provocar, instigar o debate, surpreender e indignar os espectadores (D'ANDREA; ZILLER, 2014, p. 3).

Entretanto, ainda que carreguem consigo a capacidade de gerar conversações, a mesma lógica pode significar excessiva fragmentação, com mobilizações passageiras, desordenadas, ao contrário da ordenação característica das mídias tradicionais. Para Huyssen (2000), estamos vivendo um momento de centralidade da memória cultural, intimamente conectado às visualidades midiáticas/televisivas e às territorialidades, cujos excessos poderiam acabar por promover apagamentos, já que, para esse autor, o aumento explosivo de memória pode vir

companhado de um aumento explosivo do esquecimento, considerando-se inclusive as políticas midiáticas contemporâneas e as novas tecnologias da informação.

Além destas temporalidades e da memória enquanto dispositivo, importa sobremaneira pensar os impactos²⁰⁶ atuais e futuros dos Jogos Olímpicos. Legados, segundo Gratton e Preuss (2008, p. 1922), podem ser definidos como “estruturas planejadas e não planejadas, positivas e negativas, intangíveis e tangíveis criadas por meio de eventos esportivos e que permanecem após o evento.”

Quase todas as cidades olímpicas, desde 1896, possuem alguma forma de impacto/legado. Prédios, monumentos, galerias de arte, arquivos, centros de estudos, selos, *souvenirs*, *memorabilia*, placas, nomes de ruas, cartazes, *pins*, mascotes. Há também, como lembra Cashman (1998), os atletas olímpicos locais, os moradores que viveram uma experiência olímpica, aqueles que tiveram a “honra” de carregar a tocha (personagens recorrentes na programação televisiva, em vésperas de Jogos). Algumas cidades mantêm algum tipo de cerimônia pós-Jogos, para relembrar o aniversário olímpico, e há até aqueles que fazem dos débitos memórias eternamente lembradas.

Na literatura, encontramos infindáveis exemplos de legado olímpico, desde aspectos reconhecíveis como planejamento urbano, infraestrutura esportiva, aos mais intangíveis: renovação urbana, incremento da reputação internacional, crescimento do turismo, aumento do bem-estar, elevação nos índices de emprego, mais oportunidades para o comércio local, chances para o *marketing* da cidade, espírito comunitário renovado, cooperação inter-regional, produção de valores culturais, memória popular, educação, *know-how*. Estes seriam legados positivos. Entre os negativos estariam dívidas com as construções, infraestrutura ociosa, superlotação temporária, perda de turistas que evitam as cidades-sede durante os eventos, aumento dos preços de aluguel, desalojamento injusto (GRATTON; PREUSS, 2008).

Todas essas formas de legado mostram, como alerta Huyssen (2000), que, embora as Olimpíadas tenham caráter global, o lugar político das práticas de memória é o nacional, o local, onde são acionadas para reforçar ou limitar as lutas territorializadas.

²⁰⁶ A palavra legado passou a ser utilizada pelos promotores de megaeventos na década de 1990 como forma de inferir resultados positivos trazidos pelas Olimpíadas (CHAPPELET, 2012). Horne (2012, p. 40) propõe chamar de “impactos” ou “consequências (outcomes)” àquilo que o IOC tem insistido estrategicamente em chamar de legado.

Segundo Gratton e Preuss (2008), o objetivo maior do IOC é a busca de um legado positivo, por três razões:

Primeiro, um legado positivo evita que o público da cidade/país-sede culpe o IOC e evidencia como o evento pode ser bom para uma cidade/país. Segundo, justifica o uso do escasso recurso público em infraestrutura permanente e temporária. Terceiro, um legado positivo motiva outras cidades/países a concorrer por futuros eventos. Alta demanda eleva o poder do IOC e assegura a continuidade dos Jogos Olímpicos (GRATTON; PREUSS, 2008, p. 1922, tradução nossa).²⁰⁷

Gratton e Preuss apontam seis “estruturas de eventos” a partir dos quais podemos pensar os legados: (1) Infraestrutura; (2) Conhecimento, Habilidade de desenvolvimento e Educação (3) Imagem; (4) Emoções; (5) Redes e (6) Cultura. Ao analisarmos os atravessamentos dos nossos dispositivos acoplados, podemos pensar o papel das mídias e do jornalismo na construção, acionamento, recuperação e preservação desses impactos no regime tensionado da convergência de mídias, enquanto uma das forças do nosso hiperdispositivo.

3.5 HIPERDISPOSITIVO DE CONVERGÊNCIA

A mediação do espetáculo olímpico parece configurar-se a partir de um feixe de relações dinâmicas, em que se mesclam remediações, traduções, conectividade, temporalidades, reflexividades, através e entre as mídias e suas múltiplas modalidades. A questão aqui colocada diz respeito à necessidade de compreender qualquer mídia em sua dinâmica de relações *on* e *off-line*, já que, nas palavras de Mitchell (2007, p. 167), no contexto contemporâneo das comunicações, “todas as mídias são mídias mescladas”²⁰⁸.

Para além do enredamento midiático, Barbero (2002, p. 37) considera que o campo da comunicação se apresenta “primordialmente configurado” por três dimensões: o espaço do mundo, o território da cidade e o tempo dos jovens.

²⁰⁷ First, a positive legacy avoids the public in the host city/nation blaming the IOC and provides evidence as to why the event has been good for the host city/nation. Second, it justifies the use of scarce public resources for permanent or temporary event infrastructure. Third, a positive legacy motivates other cities/nations to bid for future events. High demand increases the power of the IOC and secures the continuance of the Olympic Games.

²⁰⁸ Mitchell discute a redução do termo visual com relação à leitura da arte dizendo que, “do ponto de vista da modalidade sensorial, todas as mídias são ‘mistas’”. Sua afirmação inclui a pintura em sua existência material que inclui a impressão do gesto e do tato, por exemplo.

Espaço-mundo, pois a globalização não se deixa pensar como mera extensão qualitativa ou quantitativa dos estados nacionais, fazendo-nos passar do internacional (política) e do transnacional (empresa) ao mundial (tecnocronologia). O globo deixou de ser uma figura astronômica para *adquirir plenamente uma significação histórica*. Aí estão as redes pondo em circulação, ao mesmo tempo, fluxos de informação que são movimentos de integração à globalidade tecnocronológica, mas também o tecido dum novo tipo de espaço reticulado que transforma e ativa os sentidos do comunicar. Território-cidade pois nele se configuram novos cenários de comunicação dos quais emerge um *sensorium* novo, cujos dispositivos-chave são a fragmentação – não só dos relatos, mas das experiências, da desagregação social – e o fluxo: o ininterrupto fluxo das imagens na multiplicidade de telas – de trabalho e ócio – enlaçadas. E onde esse *sensorium* se faz social e culturalmente visível, hoje, é no entretempo dos jovens, cujas enormes dificuldades de conversa com as outras gerações aponta para tudo o que na mudança geracional há de mutação cultural (BARBERO, 2002, p. 37).

Nesse contexto, da mesma forma como Foucault (2014) se refere a dispositivos que falamos²⁰⁹ como um emblema da nossa sociedade, podemos pensar em um processo de convergência de mídias que se expressa pluralmente, por meio de um emaranhado de vozes constituintes dos dispositivos esportivo, midiático e jornalístico, acoplados visceralmente no contexto olímpico.

Os dispositivos em processos contemporâneos de comunicação, assim como os fluxos informacionais e as pautas jornalísticas, estão emaranhados em uma discursividade verborrágica extravasada em telas múltiplas, territorialidades e temporalidades expandidas, atravessados por uma miríade de costuras em verdadeiros *patchworks* bitificados. Identificar suas linhas e desvelá-las em suas falas e silêncios não é mais possível apenas por meio do exercício intelectual de debruçar-se sobre documentos arquivados analogicamente, ou conversar e entrevistar pessoas, ainda que estes recursos continuem fundamentais.

Todo esse exercício que Foucault desempenhou de forma tão competente escapa agora das prateleiras numeradas e se dilui nas múltiplas camadas temporais, visuais e territoriais dos dispositivos contemporâneos. Não significa que deixam de existir. Convivem com outras muitas camadas, em dinâmicas distintas, escorregadias, fluidas, dispersas. Como alcançá-las? Como lê-las? Como auscultar seus silêncios em meio a tamanha desordem? De que maneira

²⁰⁹ Para Foucault (2000a, p. 205), o século XVIII não é um século marcado pela proibição de se falar sobre o sexo, mas por um regime que regula o sexo por meio de discursos úteis e públicos, pelo detalhamento dos discursos das pessoas sobre como cada um lida com o assunto. “Uma certa inclinação nos conduziu a falar de sexo, a verter nossa sexualidade no discurso”.

seguir seus rumos virtualidade adentro, sem tropeçar nas falsas linhas ali inseridas propositalmente para desviar nossos olhares? E como amarrar as pontas dos diversos nós construídos *off-line* e multiplicados *on-line*? Ou compreender a dinâmica das mobilizações *on-line* que invadem praças e ruas?

Presença constante em nossos dias [e noites], o processo de convergência de mídias está estampado em pequenos e mega eventos, compõe nossas rotinas e critérios, inclusive jornalísticos, participa de múltiplas conversas a um só tempo, propaga-se e chega até a tensionar lógicas verticalizadas da cultura de massa. Mas também a abriga, acolhe, dá guarita ao vícios, aos seus regimes de verdade. Ajuda a fortificá-la e se fortifica por meio dela. Aprende seus truques, escamoteia, imita, traveste-se de horizontal para impor-se verticalmente. Abraça os discursos intermediáticos, transmidiáticos, multimidiáticos, compreende as entranhas do universo *fandom* (JENKINS, 2006; 2009) e engalfinha-se a ele em jogos de sedução. No limite, chega a provocar mortes, nascimentos, êxtase e depressão quando explora sem pudor as paixões humanas, estas sim, permanentes.

Podemos falar de uma lógica desse hiperdispositivo. Ao procurar entendê-la, deparamo-nos com suas manobras de poder, seus jogos de sombra e de luz, seus momentos de palco e bastidor. São fluxos e refluxos ainda nebulosos, nos quais se mesclam lógicas distintas, mas complementares. De um lado, as expectativas de um público “capaz de modelar ativamente os fluxos de mídia” e levar o mercado, por necessidade comercial, “a ouvi-los e responder a eles de maneira ativa” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 25); por outro, vislumbram-se processos de reposicionamento estratégico em que o conceito de participação é reconstruído e reabsorvido por lógicas de mercado concebidas de forma a “atingir e prender o mais duradouramente possível o público mais amplo possível” (BOURDIEU, 1996, p. 125). Bourdieu referiu-se assim há dez anos, momento de incipiente experimentação das possibilidades de enredamento digital, aludindo-se à televisão em sua expressão máxima de verticalidade. Ainda continuamos sujeitos a essa mesma lógica quando falamos dos megaeventos olímpicos, televisão e jornalismo.

Essas aparentes contradições estão imersas em espetáculos de prazer, encantamento, padrões de qualidade nomeados (padrão Fifa, padrão olímpico), como vimos na construção dos Modelos Los Angeles (econômico), Barcelona (urbanista) e nas estratégias de construção

de um modelo comunicacional responsivo, envolto em nuvens interativas, profusão de escolhas controladas (padrão Londres? Padrão BBC?).

Visualidades calculadas, com a cumplicidade das mídias e do jornalismo. Afinal, fazer parte de uma família afeita a regras disciplinares rigorosas pode produzir rebeldias, mas também condescendência. Não nos referimos aos vícios de uma imprensa que negocia abertamente espaços editoriais em troca de favores. Nem chegamos a adentrar o aspecto sórdido dessa relação. Referimo-nos a construções mais refinadas: a um jornalismo de qualidade, ético, distante de laços comerciais e em regime de obediência social. Ainda assim, emaranhado a dispositivos outros com os quais constrói e se faz construir.

Desvendar esse enovelado passa por reunir coisas ditas e não ditas, discursos necessários e proibidos, compreender lógicas de apagamento e exibição complexas, como aquelas estabelecidas por mecanismos baseados em algoritmos, como Google, Facebook, Twitter e Youtube.

Para isso, defendemos, nos serve o hiperdispositivo. Por meio dele, da compreensão histórica do processo de convergência de linhas, poderemos enveredar pelo nosso “trabalho de cartógrafo” (DELEUZE, 1988), mapeando redes *on-line* e *off-line*. É dessa maneira que procuraremos responder às questões levantadas por esta tese.

CAPÍTULO 4 HIPERDISPOSITIVO EM MOVIMENTO: CARTOGRAFIA DA COBERTURA CONVERGENTE DA BBC EM 2012

Esportes, jornalismo e mídias. Três dispositivos circunstancialmente imbricados no complexo contexto da convergência de mídias característico do cenário contemporâneo de comunicação, em regimes de visualidade, temporalidade e territorialidade atravessados e tensionados por forças antagônicas, embora complementares, cujos deslocamentos nos permitem entrever genealógica a dinâmica das disputas conformadoras do que chamamos de hiperdispositivo. Um composto cujas curvas de visibilidade e eficientes enunciados seduzem bilhares de pessoas em todo o mundo, em movimentos de luz e sombra, cada vez menos capazes de encobrir ou apagar contradições, já que nos encontramos em um verborrágico regime de inter, multi, transconexões, no qual novas vozes, novos modos de ver e de organizações espaço-temporais se constituem enquanto “forças de fora”, com as quais os dispositivos esportivo, midiático e jornalístico entram em relação e se reposicionam estrategicamente.

Desvelar camadas dessa embaraçada malha em permanente e nervosa movimentação, procurando desvendar o novo composto resultante das relações de saber/poder, apresenta-se como desafio metodológico na medida em que seus elementos heterogêneos encontram-se espalhados pelo “deslocativo e plural” habitar a que se refere Di Felice (2013, p. 152).

Este é o cenário a partir do qual buscamos responder à questão norteadora desta tese: *De que modo e em que medida o processo de convergência de mídias - entendido como hiperdispositivo constituído a partir do acoplamento dos dispositivos esportivo, jornalístico e midiático -, interferiu na cobertura do megaevento esportivo Jogos Olímpicos de Verão em 2012 pela BBC? E, de maneira mais ampla, como o desvelamento do intrincado feixe de relações on-line e off-line que permeia a convergência de mídias em estudo pode contribuir para a compreensão dos processos contemporâneos de comunicação?*

A resposta a essa pergunta tem se constituído no nosso percurso metodológico pela compreensão minuciosa sobre a singularidade desse evento, longe de “toda finalidade monótona”, como defende Foucault (1999, p. 15) com a sua proposta genealógica. Espreità-

lo “lá onde menos se o esperava e naquilo que é tido como não possuindo história – os sentimentos, o amor, a consciência, os instintos” (FOUCAULT, 1999, p. 15). Da mesma maneira como não buscamos as origens do processo de convergência, também não pretendemos desvendar uma realidade para além deste já intrincado novelo (DELEUZE, 1999), resultante do complexo acoplamento de dispositivos muitas vezes díspares em seus interesses.

Se nos propusemos a pensar o hiperdispositivo como um atlas por meio do qual procuraremos organizar modos de ver e analisar movimentos mapeados em redes cujas linhas se expandem por universos justapostos *on* e *off-line*, devemos agora nos oficialiar enquanto cartógrafos, revisitando a proposta metodológica de Deleuze e Guattari (2000), explicada adiante, e suas possíveis conexões com a genealogia para desvelar as curvas de visibilidade e enunciação (formas de ver e de falar), linhas de força (dimensões de poder) e linhas de subjetivação (possibilidades de mudanças) geradoras de brechas e fraturas em três dispositivos acoplados circunstancialmente: a (1) cobertura jornalística e midiática pela BBC do (2) megaevento esportivo Jogos Olímpicos de Verão em sua perspectiva histórica, relacional e processual de (3) convergência de mídias.

4.1 APROXIMAÇÕES GENEALOGIA-CARTOGRAFIA

Zambenedetti e Silva (2011) tecem uma discussão sobre as possíveis aproximações entre as abordagens genealógica de Foucault (2006) e a cartografia de Deleuze e Guattari (2000). Os dois autores consideram que, ao forjarem essas abordagens, os filósofos franceses buscavam “criar ferramentas de análise e problematização, sem a intenção de erigi-las em modelos baseados em regras e procedimentos pré-definidos, capazes de serem aplicados, replicados e generalizados” (ZAMBENEDETTI; SILVA, 2011, p. 454). Essa abertura possibilitaria a experimentação do acoplamento cartografia-genealogia também defendida por nós.

O ponto nodal refere-se à compreensão de que ambas as abordagens não buscam na história ou no presente a efetuação do acontecimento em estados de coisas. Mais do que isso, buscam dar visibilidade às forças, suas virtualidades, possibilidades de criação e riscos de captura. Dessa forma, estabelecem com o presente e a história uma outra relação, diferenciando-se das concepções tradicionais de tempo. Ao invés de uma mera sucessividade cronológica, encontramos relações de simultaneidade e inseparabilidade entre presente e história, implicando em outros modos de interrogar e narrar (ZAMBENEDETTI; SILVA, 2011, p. 461).

Se Zambenedetti e Silva (2011) partem da abordagem temporal para conectar genealogia e cartografia, Hillier (2011, p. 861) busca na conexão entre Foucault e Deleuze suporte para desenvolver uma “metodologia cartográfica de rastreamento” como uma forma de enquadrar seus estudos sobre planejamento territorial.

Trabalhar com a genealogia foucaultiana e a pragmática deleuziana, investigação de materialidades, facilita não apenas a exploração das relações de saber, poder e subjetivação, mas também dos papéis variáveis que os elementos de um conjunto podem jogar e dos processos em que eles se envolvem (HILLIER, 2011, p. 861, tradução nossa).²¹⁰

Trata-se, segundo esse autor, de investigar como algo “veio a ser”, de analisar relações de força entre os elementos, os processos, as condições de possibilidade das relações, associações e encontros entre atores, estruturas e eventos para ampliar o conhecimento sobre a realidade (HILLIER, 2011, p. 861).

O próprio Deleuze²¹¹ nomeou Foucault “um novo cartógrafo”, em texto com o mesmo nome.

Desemaranhar as linhas de um dispositivo é, em cada caso, traçar um mapa, cartografar, percorrer terras desconhecidas, é o que Foucault chama de “trabalho de terreno”. É preciso instalarmo-nos sobre as próprias linhas, que não se contentam apenas em conter um dispositivo, mas atravessam-no, arrastam-no, de norte a sul, de leste a oeste ou em diagonal (DELEUZE, 2005, p. 1).

Foi com a obra *Vigiar e punir* (1975) que conhecemos o “Foucault cartógrafo”, nos dizeres de Deleuze (2005). Nesse trabalho cartográfico, Foucault buscou construir diagramas de forças e saberes que constituíram historicamente as sociedades ocidentais. O diagrama pode ser entendido como “mapa de relações de força, mapa de densidade, de intensidade [...] que passa por todo instante por todos os pontos, estabelecendo relações múltiplas e diferenciando entre matérias e formas de expressão também díspares” (ALBUQUERQUE Jr *et al.*, 2008, p. 9). O pensamento de Foucault estaria então marcado por uma visão espacial,

²¹⁰ Working with Foucauldian genealogy and Deleuzean pragmatics, investigation of materialities, in addition to expressivities, facilitates not only exploration of the force relations of power, knowledge and subjectivation, but also of the variable roles which the elements of an assemblage may play and the processes in which they become involved.

²¹¹ Deleuze fez leituras da obra de Foucault predominantemente em dois momentos: o primeiro em dois estudos publicados na revista *Critique* na década de 1970. O segundo corresponde aos capítulos escritos para o livro sobre o filósofo, publicado em 1986 (NABAIS, 2009).

numa forma própria de colocar os problemas e visualizar o funcionamento social próprias da filosofia, “saber capaz de se encarregar das perguntas pelo sentido tanto político como ético das transformações que a técnica, hoje, medeia” (BARBERO, 2002, p. 33).

De fundamental nesse posicionamento está o deslocamento do olhar daquilo que era considerado central, nuclear, essencial, para compreender a sociedade e as instituições a partir do periférico, marginal, como a loucura, a sexualidade, a anormalidade. “Como o saber é perspectivo, esse olhar das margens permite constituir outras visibilidades e outras dizibilidades sobre qualquer tema ou problema que se queira colocar para o conhecimento” (ALBUQUERQUE Jr *et al.*, 2008, p. 10).

A filosofia permite, nos dizeres de Barbero (2002) abranger o movimento de transformação de uma razão instrumental, naquilo que ele chama de razão comunicacional, “cujos dispositivos – a fragmentação que desloca e des-centra, o fluxo que globaliza e comprime, a conexão que desmaterializa e torna híbrida – agenciam o fato de vir a ser mercado da sociedade” (BARBERO, 2002, p. 34), promovendo des-ancoragens e des-localização, “conduzindo a um forte apagar, borrando-se as fronteiras entre razão e imaginação, saber e informação, natureza e artifício, arte e ciência, saber perito e experiência profana.” (BARBERO, 2002, p. 35-36).

Assim, acionamos a cartografia foucaultiana, retomada por Deleuze e Guattari (1995), na introdução de *Mil platôs* (1980) como forma de representarem uma “imagem mundo” baseada na diversidade descrita como “linhas que se condensam em estratos mais ou menos duros, mais ou menos segmentados e em constante rearranjo – como os abalos sísmicos pela movimentação das placas tectônicas que compõem a terra.” (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2009, p. 10). Para Deleuze e Guattari, o sentido da cartografia estaria no “acompanhamento de percursos, implicação em processos de produção, conexão de redes ou rizomas.” (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 30).

Ao fazer uma analogia com os termos da botânica, Deleuze e Guattari referem-se ao rizoma como uma estrutura de algumas plantas cujos brotos podem se ramificar em qualquer ponto e transformar-se em bulbo ou tubérculo. Esse rizoma pode funcionar como raiz, talo ou ramo, independente de sua localização na planta. Diferencia-se de uma árvore, portanto, por não possuir uma raiz pivotante e por usar a capacidade de conectar um ponto a qualquer outro. Para Deleuze e Guattari, esse conceito rizomático pode ser entendido nos seguintes termos:

“nada de ponto de origem ou de princípio primordial comandando todo o pensamento; portanto, nada de avanço significativo que não se faça por bifurcação, encontro imprevisível, reavaliação do conjunto a partir de um ângulo inédito.” (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 31).

O rizoma seria uma construção aberta, conectável em todas as suas dimensões, que pode ser modificada, desmontada e refeita constantemente, com múltiplas entradas. “Inteiramente voltado para uma experimentação ancorada no real.” (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 21). Entre os princípios do rizoma²¹² está a cartografia, relatada pelos autores em conjunto com o princípio da decalcomania. Pelo princípio da cartografia, “um rizoma não pode ser justificado por nenhum modelo estrutural ou gerativo” (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 21). Não pode ser decalcado, em uma lógica reprodutiva, como a das folhas das árvores. O mapa pode ser desenhado numa parede, concebido como obra de arte, construído como uma ação política e, por que não, investigativa, como uma *performance*.

Seria necessário sempre ressituar os impasses sobre os mapas e por aí abri-los sobre linhas de fuga possíveis. [...] mostrar até que ponto do rizoma se formam fenômenos de massificação, de burocracia, de *leadership*, de fascistização, etc., que linhas subsistem, no entanto, mesmo subterrâneas, continuando a fazer obscuramente rizoma (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 24, destaque dos autores).

Para esses autores, o decalque traduz o mapa em imagem, organiza, estabiliza, neutraliza as multiplicidades, “segundo eixos de significância e de subjetivação que são os seus. Ele injeta redundância e as propaga” (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 24). Se assim é, não correríamos o risco, com nossa genealogia anterior, de decalcar uma realidade prévia na análise do nosso objeto? Consideramos que não, porque nossa proposta genealógica não é determinante. Apenas aponta linhas de entrada no processo cartográfico. Defendemos, baseando-nos em Deleuze e Guattari (1995, p. 24), que mapas e rizomas possuem entradas múltiplas, “pode-se entrar neles por meio dos decalques ou pela via das árvores-raízes, observando as precauções necessárias”, como faremos em nossa cartografia.

Desta forma, como destacam os autores, “seremos seguidamente obrigados a cair em impasses, a passar por poderes significantes e afetos subjetivos [...] sobre territorialidades endurecidas que tornam possíveis outras ações transformacionais” (DELEUZE; GUATTARI,

²¹² 1º e 2º - Princípios de conexão e de heterogeneidade; 3º - Princípio de multiplicidade; 4º - Princípio de ruptura a-significante; 5º e 6º - Princípio de cartografia e de decalcomania.

1995, p. 25). Ou ainda nos apoiaremos sobre linhas de fuga que permitam “explodir os estratos, romper as raízes e operar novas conexões. [...] No coração de uma árvore, no oco de uma raiz ou na axila de um galho, um novo rizoma pode se formar. Ou então é um elemento microscópico de árvore raiz, uma radícula, que incita a produção de um rizoma. (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 25)

Ao se referirem à memória, às temporalidades (como vimos no capítulo 3), Deleuze e Guattari (1995) comparam as chamadas memória longa e memória curta. Para eles, a memória curta é de tipo rizoma, diagrama, enquanto a longa é arborescente e centralizada. “A memória curta não é de forma alguma submetida a uma lei de contiguidade ou de imediatidade em relação a seu objeto; ela pode acontecer a distância, vir ou voltar muito tempo depois, mas sempre em condições de descontinuidade, de ruptura e de multiplicidade” (p. 25-26). Nossa incursão pelo universo *on-line* estará impregnada de memórias curtas e memórias longas. Em um mesmo ambiente, encontramos registros constituídos para contar a história de forma linear, como os relatórios oficiais e os estudos acadêmicos encomendados pelo IOC, e aqueles descontínuos, múltiplos, fragmentados. Saber compor e não contrapor de forma binária rizoma e decalque será, a nosso ver, outro cuidado necessário em nossa proposta cartográfica. O rizoma, para Deleuze e Guattari (1995), é feito somente de linhas: “linhas de segmentariedade, de estratificação, como dimensões, mas também linha de fuga ou de desterritorialização”, na qual se metamorfoseia e muda de natureza. “O rizoma é uma antigenealogia. É uma memória curta ou uma antimemória. O rizoma procede por variação, expansão, conquista, captura, picada.”

Contra os sistemas centrados (e mesmo policentrados) de comunicação hierárquica e ligações preestabelecidas, o rizoma é um sistema a-centrado não hierárquico e não significante, sem General, sem memória organizadora ou autômato central, unicamente definido por uma circulação de estados (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 32-33).

Mas se o rizoma é acêntrico, como concebê-lo enquanto direção metodológica? Para responder a esta pergunta, entre 2005 e 2007, um grupo de pesquisadores da Universidade Federal Fluminense se reuniu em seminários de pesquisa cujo objetivo foi a elaboração do que chamaram de “pistas do método da cartografia”. Para os pesquisadores, se a metodologia em seu sentido tradicional significa a definição de um caminho predeterminado a ser seguido, a cartografia propõe uma “reversão metodológica: transformar o *metá-hódos* em *hódos*-

metá” (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2009, p. 10). Essa reversão, explicam, consiste numa “aposta na experimentação do pensamento – um método não para ser aplicado, mas para ser experimentado e assumido como atitude”. Isso não significa abrir mão do rigor metodológico, mas ressignificá-lo; colocar a precisão como compromisso, constituída por movimentos mais próximos às lógicas e processos de vida, ao invés de pensá-la enquanto uma exatidão.

Entretanto, nem sempre os mapas foram apresentados e percebidos enquanto formas maleáveis. A cartografia, ao longo de sua história, tem sido relacionada a métodos de controle e dominação, conhecimento dominado por poucos, forma de imposição de poder (HARLEY, 2005). Estaria sujeita aos domínios dos saberes e poderes constituídos por poucos, mas aceitos e absorvidos por muitos em seus diversos usos.

No Brasil, tem sido cada vez mais utilizada como método de pesquisa (ROSÁRIO; AGUIAR, 2012) que permite não apenas uma análise do que é observado, mas a sua construção processual, perspectiva a partir da qual olhamos a convergência de mídias.

Segundo Rosário (2013), trata-se de um procedimento que começou a ser utilizado por aqui nas áreas da psicanálise e educação e passou a ser integrado na comunicação por sua possibilidade de construir uma percepção diferenciada sobre os objetos do campo.

A cartografia pode ser considerada uma dessas atualizações ou desdobramentos criativos. Ela se desprende dos mitos da ciência em vários aspectos, entre os quais: não se declara neutra, pelo contrário, é parte do objeto; procura tensionamentos, subjetivações e afecções; não toma distanciamentos, mas se aproxima do que vai ser estudado, refletindo-se nele; não se constrói sobre modelos metodológicos prontos, mas sobre a trajetória do pesquisador; não propõe a busca da verdade, e sim um caminhar, um ponto de vista sobre o mundo, procurando conhecimentos, suas versões e sua expressividade (ROSÁRIO, 2013, p. 13).

Desta forma, a cartografia busca constituir mapas do objeto de estudo “a partir do olhar atento e das percepções e observações do pesquisador.” (ROSÁRIO, 2013, p. 13). Não há princípio nem fim predeterminados. “No percurso, é possível perceber e registrar movimentos, verificar amplitudes, tensões, desvios, sem deixar escapar os elementos minoritários” (ROSÁRIO, 2013, p. 13). Assim como Serres (1994), identificamos no atlas, enquanto coleção de mapas, uma referência importante para “localizar nossos movimentos”, ajudar a compreender de onde partimos, em que ponto estamos, para onde podemos ir, no momento em que

[...] tudo muda: a ciência, seus métodos e inventos, a forma de transformar coisas; as técnicas, quer dizer, o trabalho, sua organização e o vínculo social que pressupõe ou destrói; a família e as escolas, as oficinas e as fábricas, o campo e a cidade, as nações e a política, o habitat e as viagens, as fronteiras, a riqueza e a miséria, a forma de fazer crianças e educá-las, de fazer guerra e exterminar-se, a violência, o direito, a morte, os espetáculos... (SERRES, 1994, p. 11).

Para construir esse percurso, Passos, Kastrup e Escóssia (2009) propõem trabalhar com “pistas”, em lugar de regras.

Apresentamos pistas para nos guiar no trabalho da pesquisa, sabendo que para acompanhar processos não podemos ter predeterminada de antemão a totalidade dos procedimentos metodológicos. As pistas que guiam o cartógrafo são como referências que concorrem para a manutenção de uma atitude de abertura ao que vai se produzindo e de calibragem do caminhar no próprio percurso da pesquisa - o hódos-metá da pesquisa (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2009, p. 13).

No livro *Pistas do método da cartografia*, os três autores, ainda baseados em Guattari (1979), propõem algumas pistas norteadoras da prática do método da cartografia.

Pista 1: discute a indissociabilidade entre o conhecimento e a transformação, tanto da realidade quanto do pesquisador. A diretriz cartográfica se faz por pistas que orientam o percurso. Passos e Barros (2005) discutem a pesquisa enquanto intervenção, que exige do cartógrafo um mergulho no plano da experiência, “lá onde conhecer e fazer se tornam inseparáveis”. Em nosso caso, foi necessário ver de perto, participar, conversar, assistir, entrevistar atores em seus ambientes – Centros de Estudos Olímpicos de Lausanne e Barcelona; Museu Olímpico de Lausanne e Barcelona; eventos prévios às Olimpíadas de Sochi, em Moscou; marcas nas cidades, em Lausanne, Barcelona e Singapura; acompanhamento da cobertura das Olimpíadas de Inverno de Sochi/2014 na redação da BBC Sport em Salford; conversa com jornalistas especializados na cobertura olímpica. Olhando em retorno, parece-nos impossível apreender esse universo sem conhecê-lo e ser por ele transformado. No nosso modo de ver, para cartografar é necessário conhecer, ainda que a cartografia considere também a mente aberta, sem guias, atenta ao que se constitui frente ao cartógrafo.

Pista 2: discorre sobre quatro gestos da atenção cartográfica: o *rastreio*, o *toque*, o *pouso* e o *reconhecimento atento*. O *rastreio* é um gesto de varredura no qual o cartógrafo entra em campo com uma atenção aberta e sem foco, e a concentração se dá por meio de uma sintonia

fina com o problema. O *toque* é sentido com uma rápida sensação que aciona o processo de seleção. “Através da atenção ao toque, a cartografia procura assegurar o rigor do método sem abrir mão da imprevisibilidade do processo de produção do conhecimento.” (2009, p. 43). O gesto de *pouso* indica a percepção, seja visual ou não, quando se realiza uma parada e demanda um foco de atenção. O *reconhecimento atento*, quarto gesto, exige do cartógrafo uma postura de verificar o que está acontecendo, para acompanhar o processo, e não representar um objeto. “Não se trata de se deslocar numa cidade conhecida, mas de produzir conhecimento ao longo de um percurso de pesquisa, o que envolve a atenção e, com ela, a própria criação do território de observação” (KASTRUP, 2009, p. 45). O cartógrafo precisa deixar de lado informações, saberes e expectativas para pautar-se na atenção sensível e encontrar o que não conhecia, “embora já estivesse ali, como virtualidade.” (KASTRUP, 2009, p. 48). Em que se apresentem quanto princípios importantes ao adentrarmos o universo em movimento da *web*, no qual informações de todos os tipos – memórias curtas e longas - se cruzam e interferem entre si a todo instante, consideramos necessário ter muito claro aquilo do nosso objeto que intencionamos elucidar. Por isso, nossa opção de construir a metodologia por meio da antecipação de uma detalhada genealogia dos nossos dispositivos. À maneira de um explorador, construtor de mapas, consideramos necessário um olhar anterior, de reconhecimento do conjunto do terreno e de suas camadas históricas. Esse reconhecimento prévio nos ajuda a evitar os vícios constituídos por um hiperdispositivo cujas tramas vêm sendo emaranhadas e cuidadosamente tecidas há mais de século.

Pista 3: apresenta a cartografia como acompanhamento de processos inventivos e de produção de subjetividade; não de representação de objetos. “Sempre que o cartógrafo entra em campo há processos em curso.” Diferente do método da ciência moderna, a cartografia não busca isolar o objeto de suas conexões com o mundo ou suas articulações históricas. “Ao contrário, o objetivo da cartografia é justamente desenhar a rede de forças à qual o objeto ou fenômeno em questão se encontra conectado, dando conta de suas modulações e de seu movimento permanente.” (BARROS; KASTRUP, 2009, p. 57). No contexto da ciência moderna, as etapas da pesquisa de coleta, análise e discussão de dados acontece em etapas sucessivas e separadas. Já o caminho da cartografia é formado por passos que se misturam e não se separam. Assim, cada movimento de pesquisa traz consigo o movimento anterior e se prolonga nos movimentos seguintes. A cartografia trata de produção de dados e não de coleta

de dados. Como contar o passado também em movimento, que nos atravessa e transforma o futuro a cada instante? É preciso estar em campo, visitar as diferentes realidades, ser afetado por aquilo que nos afeta. “O cartógrafo, imerso no plano das intensidades, lançado ao aprendizado dos afetos, se abre ao movimento de um território.” (BARROS; KASTRUP, 2009, p. 74). Como, desde o início de uma pesquisa cujo objetivo é a investigação de processos, já há, na maioria das vezes, um processo em curso, o cartógrafo se encontra na situação paradoxal de começar pelo meio, entre pulsações. Essa pista é fundamental para navegar na *web* em temporalidades e territorialidades múltiplas. É preciso ter muito claro os diferentes momentos dos arquivos e de suas configurações, pois, assim como nas pesquisas de campo, os algoritmos se alteram, os arquivos são móveis, a história se reconfigura, as memórias se apagam (HUYSEN, 2006). Há vantagens e desvantagens em analisar os fluxos fora de seu momento de eclosão. As desvantagens estão na dificuldade de reconhecimento das conexões e relações. Por exemplo, em 2012, teria sido mais direta a identificação de vínculos entre os atores do IOC e da BBC por meio dos algoritmos de busca do Google. Passados alguns anos, esse distanciamento acontece não apenas nos vínculos pessoais, quanto nos vínculos virtuais. Muitos dos enlaces disponíveis em 2012 encontram-se hoje desfeitos. As vantagens estão no distanciamento necessário para compreender e analisar possíveis processos de subjetivação, o que ficou nas memórias da rede e o que se perdeu em seu movimento natural.

Pista 4: propõe três movimentos-funções: de referência, de explicitação e de produção e transformação da realidade (KASTRUP; BARROS, 2009). Fala-se em praticar e não em aplicar o método de cartografia, pois não há regras prontas a serem seguidas. A cartografia deve ser construída caso a caso, em domínios específicos. Não se trata de uma abordagem histórica e longitudinal, mas de uma visão mais espacial e transversal.

A opção pelo método cartográfico ao revelar sua proximidade com a geografia, ratifica sua pertinência para acompanhar a processualidade dos processos de subjetivação que ocorrem a partir de uma configuração de elementos, forças ou linhas que atuam simultaneamente. As configurações subjetivas não apenas resultam de um processo histórico que lhes molda estratos, mas portam em si mesmas processualidades, guardando a potência do movimento (KASTRUP; BARROS, 2009, p. 77).

Assim, o dispositivo se alia aos processos de criação e trabalho do pesquisador, do cartógrafo, por meio do desembaraçamento das linhas que o compõem – linhas de visibilidade, de

enunciação, de força, de subjetivação. Para esses autores, a função do dispositivo se faz através de três movimentos-funções: (1) *Movimento-função de referência*. Este movimento diz respeito à necessidade de um dispositivo possuir funcionamento mais ou menos regular, em que se articulam a repetição e a variação, como é o nosso caso de estudo dos processos de convergência em relação às Olimpíadas; (2) *movimento-função de explicitação*: a prática da cartografia cria condições para a transformação das relações entre elementos/linhas/vetores afetivos, cognitivos, institucionais, micro e macropolíticos acionando movimentos e processos de produção. Nesse sentido, a cartografia produz efeitos de produção e transformação da realidade que também precisam ser analisados. Perguntar-se que falas circulam no ambiente. Linhas de dizibilidade se cruzam com linhas de poder e se transformam em linhas de subjetivação. (3) *movimento-função de transformação-produção*. Num interessante movimento paradoxal, a função de referência cria no território o contorno necessário para se experimentar a desterritorialização que permitirá a produção-transformação da realidade. Desse modo, a função de referência estabelece pontos de (re)conhecimento para que um outro processo de criação se inicie, desta vez, longe do que no antigo território impedia a diferenciação.

Numa cartografia o que se faz é acompanhar as linhas que se traçam, marcar os pontos de ruptura e de enrijecimento, analisar os cruzamentos dessas linhas diversas que funcionam ao mesmo tempo. Daí nos interessar saber quais movimentos-funções o dispositivo realiza. Referência, explicitação e transformação são três movimentos-funções a serem explorados quando se está comprometido com os processos de produção de subjetividade (KASTRUP; BARROS, 2009, p. 91).

Este é um processo que, no nosso entendimento, deve começar pelo conhecimento das camadas históricas em perspectiva sincrônica. A identificação das curvas de visibilidade e das linhas de força precisam ser constituídas de forma contextualizada para se evitar o turvamento pelos discursos múltiplos, sempre apresentados como novos, inéditos; mas, principalmente, para evitar conclusões rasteiras, tiradas no calor do movimento de rastreamento das redes. Temos visto, por exemplo, na *web*, comentários sobre as notícias de que a Europa teria dito não às Olimpíadas de Inverno de 2022, como se fosse consequência apenas dos movimentos ocorridos no Brasil, na Copa do Mundo de 2014. Entretanto, como esta pesquisa tem demonstrado genealogicamente, as idas e vindas, aceitações e rejeições do Movimento Olímpico não são novas e fazem parte de seus fluxos e refluxos. É preciso cautela

para analisar o contexto atual em suas relações históricas com a mídia e o jornalismo, sem tirar conclusões precipitadas.

Pista 5: apontam que, ao lado dos contornos estáveis, denominados formas, objetos ou sujeitos, coexiste o plano coletivo das forças que o produzem. Para Escóssia e Tedesco (2009), as metodologias tradicionais de pesquisa não dão conta do processo contínuo de individuação, de criação. “O desafio da cartografia é justamente a investigação de formas, porém indissociadas de sua dimensão processual, ou seja, do plano coletivo das forças moventes.” (ESCÓSSIA; TEDESCO, 2009, p. 201). Uma pista fundamental para navegar os coletivos da *web* é compreender vozes territorialmente e temporalmente diferidas que se unem em torno de um eixo de conversação para, em seguida, esvair-se, como o caso dos comentários em rede.

Passos, Kastrup e Escóssia (2009, p. 201-202) chamam ainda a atenção para os desafios da pesquisa baseada na cartografia, já que muitas vezes “imperam nas subjetividades a atenção cognitiva, mobilizada por interesses prévios e expectativas do pesquisador”. Um dos desafios desse método estaria em suspender a hegemonia em favor da atenção ao território da pesquisa. “Assumir a cartografia como direção metodológica nos compromete com a produção de uma política cognitiva”, que envolve uma posição em relação ao mundo e a si mesmo, uma atitude, um *ethos*.

Na aventura cotidiana de pesquisa enfrentamos diversos riscos e podemos produzir cartografias piores ou melhores, excelentes ou simplesmente interessantes. Podemos também imaginar que cartografamos, quando na verdade representamos. Nomear de cartografia o método que praticamos não garante o resultado do nosso trabalho. O rigor da investigação cartográfica reside na irredutível atenção aos movimentos da subjetividade e da paisagem existencial, suas pontas de presente, seus fios soltos, suas linhas de fuga em relação à estratificação histórica (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2009, p. 203).

Assim, representar implicaria tomar algo em sua forma instituída, enquanto cartografar implicaria tomar algo em processo de produção e transformação. Nesse sentido, temos a aproximação entre as abordagens cartográfica e genealógica, “já que ambas se interessam em constituir diagrama de forças, buscando entender como estas se agenciam na constituição de uma determinada forma.” (ZAMBENEDETTI; SILVA, 2011, p. 457).

Para Martín-Barbero, mapear forças em movimento, obriga a uma

[...] ruptura com o monoteísmo ideológico, o da única chave para compreender o todo unificado pelo motor, o ator e o antagonismo, não serve para mapear uma multiplicidade de processos fortemente articulados entre eles próprios, porém regidos por diversas lógicas e muito diferentes temporalidades: a homogeneidade e a velocidade com as quais se movimenta a rede financeira são certas, mas a heterogeneidade e a lentidão dos modos como operam as transformações culturais também o são (MARTIN-BARBERO, 2004, p. 15).

Para atualizar a cartografia e integrá-la ao nosso hiperdispositivo, propomos uma *cartografia de dispositivos on e off-line*. Essa metodologia sugere o rastreamento cartográfico das relações constituídas nos e entre nossos dispositivos, tendo como porta de entrada as linhas desveladas genealogicamente. Por meio das conexões entre palavras-chave e temas aflorados no movimento de navegação, buscaremos constituir quantos mapas se fizerem necessários para compreender o território, suas curvas de visibilidade, linhas de força, tensionamentos, seus possíveis transbordamentos, brechas e fissuras. Partimos do princípio de que os feixes de relações e suas linhas de força e tensão encontram na memória da *web* um espaço de repouso inquieto, antes constituído pelos registros analógicos arquivados manualmente.

4.2 CARTOGRAFIA COMO MÉTODO REVISITADO

Colocamo-nos como observadores em segunda instância (BAUER, 2012), buscando compreender as labirínticas relações que compõem um ambiente de comunicação e como o jornalismo se configura historicamente neste espaço. Entendemos a fragilidade de uma observação ausente do ambiente cultural em que o processo se constitui, entretanto percebemos a importância do olhar externo como forma de compreender um fenômeno que se pretende global, modelo (trans)posto para realidades distintas. Nessa perspectiva, a BBC se apresenta como o objeto possível. Nenhuma outra empresa de comunicação²¹³ tem tanta conexão com as Olimpíadas e, ao mesmo tempo, se apresenta tão obrigada a prestar contas publicamente de suas ações e opções, o que nos permite acessar curvas de visibilidade e linhas de fuga invisíveis em outros contextos.

Como já reforçado anteriormente, não pretendemos nesta pesquisa abordar o processo convergente como uma realidade dada. Como vimos no capítulo 1, a convergência se constrói

²¹³ Com exceção da NBC americana, porém trata-se de uma empresa privada.

a partir dos nossos olhares. Tem sido construída a partir dos mais diversos pontos de vista – de rotinas (SALTZIS; DICHINSON, 2008; QUINN, 2005; KOLODZY, 2006), dos produtos (ERDAL, 2011, 2009), do ambiente (GARCÍA ALVILÉS *et al.*, 2009), dos processos econômicos (CHON *et al.*, 2003) e administrativos (ZAVOINA; REICHERT, 2000). Olhares complementares. O que pretendemos acrescentar a esses olhares é uma visão parcial, porém ampliada em uma proposição metodológica que permita a distintos observadores enxergar as relações por outros ângulos, para além dos produtos, apontando caminhos possíveis para o entendimento do processo de convergência e sua relação com o jornalismo enquanto hiperdispositivos em emaranhadas engrenagens de discurso-saber-poder (FOUCAULT, 1999). Indo além, uma proposta que permita a observadores do Brasil e de outros países, futuras sedes desse megaevento midiático global, compreender, a partir de seu repertório, o jogo de poder, as curvas de visibilidade e linhas de fuga e possíveis processos de subjetivação por detrás das múltiplas telas de uma cobertura esteticamente aprimorada e de discursos efusivos e virtuosos, como nos mostrou a genealogia dos dispositivos nos capítulos anteriores.

Em princípio, restringiríamos nossa análise à cobertura jornalística das Olimpíadas, pois ainda não tínhamos percebido a armadilha dos gêneros (JOST, 2010) enquanto enunciados organizacionais legitimadores de práticas convergentes, caso do jornalismo esportivo e da separação entre informação e entretenimento. Entretanto, a imersão no universo empírico nos mostrou a impossibilidade de apartar jornalismo de cobertura midiática e de todas as camadas que compõem o mundo dos esportes nas telas múltiplas na dimensão de cobrança por um legado condicional, porque jornalismo, comentários e transmissão de imagens estão intrinsecamente conectados no universo esportivo, como vimos nos capítulos anteriores. E ainda nos perguntamos: não seria essa uma tendência crescente de um jornalismo que se espalha em politelas e delas absorve características para além das redações? Não trabalhamos cada vez mais em caráter multidisciplinar, multiprofissional, transformando e sendo transformados em nossas rotinas e narrativas? Não estamos, jornalistas/usuários/prosumidores, impregnados da cultura da convergência (JENKINS, 2006)? Uma breve pesquisa nos organogramas de empresas jornalísticas de vários países do mundo já nos indica a estratégia de colocar o esporte como uma categoria à parte, na qual informação, entretenimento, transmissão e promoção se mesclam e se confundem. Apesar de suas peculiaridades, enquanto emissora pública, a BBC também segue este padrão,

principalmente em relação aos megaeventos comercializados por cotas como as Olimpíadas, constituindo-se como uma categoria amplificada, em que o jornalismo ultrapassa os limites da redação e se constitui em seus múltiplos discursos e inter-relações.

Para desvelar este novo (DELEUZE, 2005) em processo cartográfico, buscamos a combinação de métodos que nos permitam identificar e cruzar, além dos enunciados científicos sobre as estratégias de cobertura, declarações das lideranças, jornalistas da BBC, determinações do IOC, conjunturas econômicas, políticas e sociais, comentários de usuários nas redes sobre as coberturas jornalísticas da BBC, prédios, fotografias, vídeos, documentos, metacoberturas, o dito e o não dito (FOUCAULT, 1979). Ao contrário do que percebia Foucault quando estruturou seu método genealógico e dependia muitas vezes de registros analógicos, estamos em tempos de profusão de enunciados arquivados, ainda que de forma fragmentada, em rede.

A cartografia aqui descrita liga-se aos campos de conhecimento das ciências sociais e humanas e, mais que mapeamento físico, trata de movimentos, relações, jogos de poder, enfrentamentos entre forças, lutas, jogos de verdade, enunciações, modos de objetivação, de subjetivação, de estetização de si mesmo, práticas de resistência e de liberdade. Não se refere a método como proposição de regras, procedimentos ou protocolos de pesquisa, mas, sim, como estratégia de análise crítica e ação política, olhar crítico que acompanha e descreve relações, trajetórias, formações rizomáticas, a composição de dispositivos, apontando linhas de fuga, ruptura e resistência (PRADO FILHO; TETI, 2013, p. 47).

Desta forma, por meio do desvelamento das curvas de visibilidade, regimes de enunciação, linhas de força, subjetividade, brechas e possíveis fissuras, buscamos caracterizar o desenvolvimento histórico da convergência jornalística no âmbito da cobertura programada do megaevento midiático global Jogos Olímpicos de Verão realizada pela BBC, considerando suas especificidades deontológicas, institucionais, discursivas, midiáticas, multimidiáticas, intermediáticas e transmidiáticas.

Para fazer o micromapeamento das relações de poder, saber, subjetividade, recorreremos a rastros de enunciação e subjetivação, sejam documentos, artigos de jornais, desenhos, fotografias.

Em seus textos Foucault aciona toda uma gama de conceitos e noções que remetem a uma compreensão espacial das relações de poder e das práticas discursivas e não-discursivas: deslocamento, posição, campo, lugar, território, domínio, solo, horizonte, paisagem, configuração, região, solo, geopolítica, que aparecem como metáforas atuantes em toda a sua

produção e possibilitam pensar a história e as sociedades em termos de relações, tensões, conflitos, que levam a constituição e ao desmanchamento de dadas configurações ou desenhos espaciais (ALBUQUERQUE JR *et al.*, 2008, p. 9).

Em busca de uma metodologia capaz de conjugar pistas e movimentos cartográficos, propomos nove movimentos como forma de desvelar as múltiplas camadas temporais, espaciais e visuais características do nosso hiperdispositivo. Esta metodologia, que parte das contribuições de Alzamora, Rodrigues e Utsch (2013), está descrita a seguir, não como receita, mas como indicativos de constituição da nossa *cartografia de dispositivos on e off-line*.

Definição

- A *cartografia de dispositivos on e off-line* é uma estratégia de trabalho que permite compreender e analisar fluxos de processos em estado permanente de atualização;
- É uma proposta conceitual e metodológica, que procura aproximar territórios e elementos heterogêneos para construir um conhecimento amplo de seus funcionamentos;
- Constitui-se em um exercício de reconhecimento de entornos socio-político-cultural-econômico mediante a construção de mapas que evidenciam as relações sociais e permitem desenvolver uma linguagem de interpretação dos rastros presentes em rede, gerar espaços reflexivos e saberes para melhor conhecimento de uma dada realidade.

Cartografia

- Entende-se por cartografia o mapeamento de movimentos, dos discursos e não discursos constituintes dos feixes de relações de saber e de poder de um dispositivo, suas curvas de visibilidade, linhas de força e tensionamentos, jogos de luz e de sombra, modos de enunciação, subjetivação, objetivação, estetização, práticas de resistência e libertação. Não se refere a um método e suas regras, mas a uma estratégia de análise crítica, descrição e visualização de trajetórias múltiplas em relação.

Utilização

- Com a *cartografia de dispositivos on e off-line* (mapas de relações, conflitos, recursos), pretende-se constituir uma ferramenta de compreensão de realidades múltiplas e em constante processo de movimentação e remodelação.
- Trata-se de uma estratégia de compreensão das relações registradas em seu processo de enredamento para conhecimento de realidades específicas, abrindo caminho para reflexões compartilhadas face a espaços e tempos específicos e futuros em porvir.

Fluxo cartográfico

- **RECONHECIMENTO DE TERRENO** - no qual procura-se conhecer profundamente o processo em estudo, com suas curvas de visibilidade, elementos visuais e não visuais, por meio de mergulho em campo.
- **GENEALOGIA DE DISPOSITIVOS E RECONHECIMENTO DE PORTAS** - análise histórica por meio de processo genealógico, reconhecendo microsaberes e micropoderes centrais e de entorno. Nesta etapa, elaboram-se as perguntas-guia do movimento cartográfico.
- **MOVIMENTO CARTOGRÁFICO** - construção de quantos mapas forem necessários para responder às perguntas propostas, por meio dos movimentos de:
 - Entrada - a partir das portas constituídas nos movimentos anteriores de reconhecimento e genealogia;
 - Varredura - navegação em rede a partir das portas estabelecidas anteriormente;
 - Seleção - e reconhecimento dos discursos em cada um dos dez primeiros resultados retornados em cada pesquisa;
 - Visualização - estruturação de uma representação gráfica, no nosso caso, utilizando os *softwares* Edraw Max, Coggle e iMindMap;
 - Descrição - concomitante aos processos anteriores;
 - Análise - do conjunto constituído na navegação;
 - Retomada - considerando-se os mapas enquanto elementos abertos, pode-se retornar e refazê-los quantas vezes necessário.

4.2.1 Etapas da pesquisa

Esta pesquisa teve como objetivos compreender os processos de convergência de mídias tensionados pelas perspectivas contemporâneas de comunicação, por meio da análise da cobertura do megaevento midiático Jogos Olímpicos de Verão pela BBC em 2012, buscando esclarecer conceitos relacionados a esse universo, como multimídia, intermídia, transmídia e multiplataformas.

Também nos propusemos a desenvolver uma metodologia para fazer frente ao objeto em permanente estado de reconfiguração e composto por elementos heterogêneos, de complexa apreensão.

Essa metodologia, como dito anteriormente, parte da cartografia para desvelar curvas de visibilidade, regimes de enunciação, linhas de força, subjetividade, brechas e possíveis fissuras.

Segundo Britto Júnior e Feres Júnior (2011),

O ponto de partida de uma investigação científica deve basear-se em um levantamento de dados. Para esse levantamento é necessário, num primeiro momento, que se faça uma pesquisa bibliográfica. No segundo momento, o pesquisador deve realizar uma observação dos fatos ou fenômenos para que ele obtenha maiores informações e, em um terceiro momento da pesquisa, o objetivo do pesquisador é conseguir informações ou coletar dados que não seriam possíveis somente através da pesquisa bibliográfica e da observação (BRITTO JÚNIOR; FERES JÚNIOR, 2011, p. 239).

Em nossa metodologia, propomo-nos a fazer isso a partir de três movimentos complementares e inter-relacionados:



Diagrama 1: Movimentos metodológicos da Cartografia de dispositivos on e off-line.

Fonte: Autoria própria.

Movimento 1: reconhecimento de terreno *on-line* e *off-line*. Por este movimento, percorremos ambientes, bibliotecas, centros de estudos, cidades, lojas, museus, exposições, seminários, prédios, *sites*, documentos. Entre janeiro de 2012 e setembro de 2013, nos dedicamos aos espaços *on-line*. *Sites*, blogs, documentos oficiais, perfis no Twitter, reportagens. Por meio do serviço Google Alerta, acompanhamos dia a dia a movimentação no universo virtual em torno do nosso objeto de pesquisa: a BBC e as Olimpíadas de 2012. Neste movimento, foram recolhidas cerca de 450 páginas de informação, principalmente aquelas que caracterizavam relações, conversações sobre estratégias de cobertura da emissora, reveladoras de linhas de força e fissura nos dispositivos esportivo, jornalístico e midiático. Entre setembro de 2013 e fevereiro de 2014, investimos, ainda que de forma concomitante com o rastreamento *on-line*, no reconhecimento *off-line*. Visitamos neste período, por duas vezes, a cidade de Lausanne (2013 e 2014), na Suíça, onde se encontra a sede do Comitê Olímpico Internacional, o Museu Olímpico e o Centro de Estudos Olímpicos. Na primeira visita, permanecemos por uma semana no Centro de Estudos Olímpicos, onde tivemos acesso não apenas a livros, mas a documentos de diversas ordens, inclusive atas de reuniões das comissões, entre 1896 e 1992 (em 2013, estavam sendo liberados do embargo de 20 anos os documentos relativos às Olimpíadas de Barcelona). Caminhamos por trilhas olímpicas à beira do Lago Léman, percebemos curvas de visibilidade e enunciados enquanto expressões de poder e saber, refletidas em prédios, placas, ruas, parques, jardins, em cada sala do Museu

Olímpico reinaugurado em 2014. Ainda neste primeiro Movimento, visitamos Moscou na semana de chegada da Chama Olímpica das Olimpíadas de Inverno de Sochi/14, uma das curvas de visibilidade mais significativas do universo simbólico das Olimpíadas; frequentamos exposição de todas as tochas da história olímpica, lojas e apresentações de rua das empresas do TOP Programme, o que nos permitiu vislumbrar a envergadura dessa linha de força no universo dos megaeventos. Passamos por Singapura, sede dos Jogos Olímpicos de Verão da Juventude de 2010, e desvelamos marcas olímpicas nas praças e ruas da cidade. Visitamos todos os prédios e museus olímpicos de Barcelona, frequentamos por um mês o Centro de Estudos Olímpicos da cidade, onde conversamos com o diretor e pesquisador Emílio Peña e sua equipe. Conhecemos o professor Moragas Spa e outros pesquisadores referenciais no campo da comunicação olímpica, assistimos a palestras e seminários sobre o tema. Em 2012, visitamos pela primeira vez os estúdios da BBC em Londres. Em fevereiro de 2014, frequentamos por três dias os estúdios da BBC Sport em Salford (Manchester), onde entrevistamos treze profissionais²¹⁴.



Diagrama 2: Mapa do 1º Movimento de Pesquisa.

Fonte: Autoria própria.

²¹⁴ Steve Wyeth – Radio broadcaster e produtor da Radio Five; Cathy Stone – Senior Duty Editor, Sports News; TV; Ian Moss – Assistant Editor BBC Sport; Andy Dickman - BBC Sports News producer; Gary Green – Technology Demonstrator at the Blue Room; Ore Oduba – Apresentador BBC Sport TV; Ollie Williams – BBC Olympic Sports reporter em Sochi; Kieran Fox – Senior Producer BBC Sport News; Martin Richardson – Interactive producer; Amy Miveld – Events Producer; Adrian Hobart – BBC World Service; Philip Gordos – Editor Assistant; Alex Murray – Social Media Editor.

Segundo Ribeiro (2008), a entrevista é

a técnica mais pertinente quando o pesquisador quer obter informações a respeito do seu objeto, que permitam conhecer sobre atitudes, sentimentos e valores subjacentes ao comportamento, o que significa que se pode ir além das descrições das ações, incorporando novas fontes para a interpretação dos resultados pelos próprios entrevistadores (RIBEIRO, 2008, p. 141).

As entrevistas por nós realizadas configuram-se na categoria de entrevista informal, caracterizada como o tipo

o menos estruturado possível e só se distingue da simples conversação porque tem como objetivo básico a coleta de dados. É recomendado nos estudos exploratórios, que visam a abordar realidades pouco conhecidas pelo pesquisador, ou então oferecer visão aproximativa do problema pesquisado (BRITTO JÚNIOR; FERES JÚNIOR, 2011, p. 239).

Além dos profissionais da BBC, entrevistamos por *e-mail* e pessoalmente outros jornalistas olímpicos, como forma de ampliar nosso conhecimento sobre os bastidores das relações para além do universo da Família Olímpica. A partir do primeiro movimento de reconhecimento de terreno, partimos para o segundo movimento da metodologia de Cartografia de Dispositivos *On e Off-line*.

Movimento 2: após o reconhecimento dos universos *on* e *off-line* e das entrevistas exploratórias, demos início ao segundo movimento de genealogia do hiperdispositivo (capítulo 3), procurando identificar historicamente as formações de diferentes compostos na trama de relações entre as forças internas e externas dos dispositivos esportivo, midiático e jornalístico. Começamos pelas curvas de visibilidade inscritas nos relatórios e discursos oficiais pré e pós-olímpicos. Para isso, consultamos os documentos recolhidos no Centro de Estudos Olímpicos de Barcelona e Lausanne, os Relatórios Anuais da BBC, documentos do Ofcom e do Parlamento Britânico, além dos arquivos dos jornais britânicos *Daily Mail*, *Daily Express*, *Daily Telegraph*, *The Independent*, *The Times*, *The Guardian*, *Daily Mirror* e *The Sun*, entre 1890 e 2008. Por meio da análise qualitativa de conteúdo, “uma técnica de pesquisa que trabalha com a palavra, permitindo de forma prática e objetiva produzir inferências do conteúdo da comunicação de um texto replicáveis ao seu contexto social” (CAREGNATO; MUTTI, 2006, p. 682). Esse movimento foi fundamental para nos aproximar do contexto sócio-histórico britânico, em suas relações com os esportes e as mídias. Partindo da perspectiva genealógica

foucaultiana, destacamos nesses conteúdos os contrastes, os conflitos, as disputas entre os enunciados oficiais e os acontecimentos registrados pelos jornais a partir das margens, dos registros apagados nos relatórios olímpicos e da BBC. Esse segundo movimento nos embasou para entrar no nosso terceiro movimento metodológico.

Movimento 3: Por este caminho, consultamos, em primeiro lugar, toda a documentação oficial do IOC sobre as Olimpíadas de Londres e os relatórios da BBC, para traçar o terreno base sobre o qual a ação se desenrolou. A partir do mapeamento inicial, começamos a cartografia *on-line*, cruzando curvas de visibilidade e enunciados com outras linhas de força ou fissura identificadas por meio de pesquisas com a ferramenta Google UK. Optamos por utilizar a versão britânica do Google, para nos aproximarmos dos documentos acessados naquele território, acercando-nos, desta forma, dos movimentos *off-line* registrados *on-line*. Este movimento nos permitiu traçar os mapas a partir dos quais reconhecemos as dinâmicas de relações dos dispositivos estudados, por meio do que chamamos de fluxo cartográfico. Neste fluxo, identificamos uma questão relevante a ser pesquisada. Seleccionamos o período, por meio da Ferramenta de Busca Avançada do Google UK. Acionamos os dez primeiros resultados da busca. Visualizamos cada um dos resultados. Descrevemos e analisamos, procurando identificar as curvas de visibilidade e enunciação; linhas de força ou de sedimentação; linhas de fratura, fissura e ruptura (Diagrama 3).



Diagrama 3: Fluxo cartográfico.
Fonte: Autoria própria.

Cientes dos possíveis apagamentos de arquivos, desafio recorrente nas pesquisas em ambiente *on-line*, identificamos as datas de realização dos mapeamentos e alertamos para a possibilidade de que esses resultados se diferenciem, considerando distintas localidades ou datas de pesquisa, uma vez que o Google utiliza algoritmos para personalizar os resultados das pesquisas, configurando o que Pariser chama de “Bolha-filtro”

Google usa 57 sinais [em 2010] – tudo desde o local de onde você loga até qual browser você está utilizando e o que você pesquisou anteriormente – para adivinhar quem você é e o tipo de coisas e sites que poderia gostar. Mesmo se você não estiver logado, os resultados são customizados, mostrando páginas que ele previu como as mais prováveis de serem clicadas (PARISER, 2011, p. 2).

Esses mapeamentos serão lidos a partir de um atlas organizador, o hiperdispositivo aqui proposto.

4.3 JOGOS OLÍMPICOS DE VERÃO LONDRES 2012: FLUXOS E REFLUXOS TEMPORAIS, TERRITORIAIS, VISUAIS

A cartografia aqui proposta busca na genealogia realizada anteriormente pontas do novelo a ser desvelado.

Ali, observamos que as Olimpíadas possuem não apenas curvas de visibilidade consistentes e globalmente reconhecidas, como também estão envoltas em estratos enunciativos e alegóricos profundamente sedimentados sobre os mitos e valores pregados pelo Olimpismo. Os Jogos envolvem mais do que as competições atléticas. Possuem suas próprias narrativas educacionais, filosóficas e históricas cravadas na Carta Olímpica e insistentemente reverberadas por saberes registrados em belos relatórios oficiais de cada edição. O Movimento incorpora seus arquivos, museus, atividades culturais, suas conexões com universidades para preservar e promover seus valores e uma versão oficial da história, na qual as discórdias são insistentemente relevadas e os lucros compartilhados em silêncio ou revelados estrategicamente. Vimos também como os arquivos olímpicos, seus saberes, são curados pelos funcionários do IOC e sancionados como informação oficial para utilização pela mídia e patrocinadores parceiros. Observamos o The Olympic Programme (TOP) e a Família Olímpica se constituírem enquanto um grupo de suporte, legitimação e perpetuação de discursos e estratégias de poder, por meio de uma estabilidade econômica pautada na lealdade, no tratamento diferenciado e no compartilhamento dos ganhos advindos da exploração comercial do atletismo, sob restrito regime disciplinar característico dos primórdios maçônicos. Analisamos o estabelecimento da televisão como um dos sustentáculos desse hiperdispositivo, conformando-se e sendo por ele conformada ao longo do século XX e de que maneira essa visibilidade expandida trouxe consigo outras linhas de força e tensionamento, como movimentos e protestos das mais diversas ordens, mesmo que muitos deles tenham se fundido aos diagramas preexistentes e reforçado seus discursos, caso das manifestações contra o racismo, antissemitismo e comercialismo. Localmente, percebemos a cumplicidade da BBC, historicamente reconhecida como parceira do IOC, mesmo não se intimidando ao investigar casos de corrupção relacionados ao Movimento

Olímpico, apresentando-se assim duplamente, enquanto “forro”²¹⁵ e “dobra”²¹⁶ em posição de singularidade frente ao dispositivo olímpico, em regime de acoplamento com a mídia e o jornalismo.

Em seu mais recente reposicionamento estratégico, o dispositivo olímpico decidiu trazer a público, em abril de 2015, o salário de seu presidente, inserindo uma camada de transparência envernizada nas curvas de visibilidade cada vez mais atravessadas por denúncias de corrupção, extravagância, desmandos, intervenção territorial e legal, censura, inócua grandiosidade. Este movimento oficial veio acompanhado por manifestações de resistência, em linhas de fissura do hiperdispositivo visíveis a partir do enfrentamento das lógicas verticais e horizontais do processo de convergência de mídias, que nos possibilita acionar, *on-line*, reportagens produzidas pela mídia tradicional. A manobra foi considerada pela Associated Press, referência em jornalismo internacional, agência alimentadora de vários dos principais veículos de comunicação do planeta, como um “*show vital de transparência financeira*” (AP, 2015, tradução nossa). Na Wikipedia – observe-se que não a acionamos enquanto saber científico, mas como um arquivo *on-line* (HUYSEN, 2010), uma camada de espessamento do hiperdispositivo aqui proposto, quarto *site* mais acessado do mundo, traduzido em 288 diferentes idiomas, com 500 milhões²¹⁷ de visitantes únicos mensais –, sob o *sublink* “Olympics>Criticism”, encontramos substantivos e adjetivos como: “racismo”, “nepotismo”, “corrupção”, “intratável”, “controversa”, “suborno”, “expulsão”, “escândalo”, “insentitivo”. Na mesma página, no *sublink* “Olympics>Controversies”, estão listadas fissuras históricas: “boicotes”, “manifestações políticas”, “doping”, “discriminação”, “terrorismo e violência”, “colonialismo”. No nosso entendimento, esse discurso, possibilitado pelas lógicas

²¹⁵ Segundo Deleuze, os forros dizem respeito ao lado de dentro do diagrama de forças em que as forças de fora se encontram refletidas do lado de dentro. “O duplo nunca é uma projeção do interior, é, ao contrário, uma interiorização do lado de fora. [...] É exatamente como uma invaginação de um tecido na embriologia ou a feitura de um forro na costura: torcer, dobrar, cerzir” (DELEUZE, 1990a, 105). Entendemos aqui a BBC enquanto forro no sentido de que também ela e seus atores constituem-se enquanto conectores dos nós dos dispositivos.

²¹⁶ O conceito de “dobra” surge em 1984, a partir da leitura que Deleuze faz dos dois últimos volumes da História da Sexualidade de Foucault. Indica uma vergadura, flexão de forças de fora (poder) para a constituição de “uma relação da força consigo, um poder de se afetar a si mesmo, um afeto de si por si”, conforme palavras de Deleuze (1990a, p. 108). “O lado de fora não é um limite fixo, mas uma matéria móvel, animada, de pregas e de dobras que constituem um lado de dentro.” Neste sentido, ao mesmo tempo em que se conforma enquanto tecido interno das relações de poder do ambiente olímpico, a BBC traria para dentro outras forças externas, como os valores jornalísticos, confomando dobras internas neste diagrama relacional.

²¹⁷ Cf. <<http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>>.

horizontalizadas da convergência de mídias, pode se configurar enquanto uma das muitas dobras de uma nova composição de forças. Não se trata, realçamos, de uma força externa ao dispositivo, porém uma alça, componente transversal, uma linha de fissura antes inerte no universo das mídias tradicionais. Ainda que parte da imprensa internacional, assim como a BBC, nunca tenha se furtado a denunciar esses aspectos registrados hoje na Wikipedia (cuja fonte primária, diga-se, é a imprensa), o faziam em regime de luzes e sombras, temporalidades próprias: iluminados nos interstícios, nas pautas prévias ou posteriores, porém apagadas no auge das luzes, quando os atravessamentos rapidamente cediam lugar ao espetáculo das cerimônias de abertura, encerramento e das disputas atléticas.

Esses *links* da Wikipedia, construídos de forma colaborativa, em movimento característico dos processos horizontalizados da convergência de mídias (JENKINS, 2006), estão repletos de outros nós para notícias, *sites*, artigos, pesquisas, fontes, que corroboram ou contradizem cada um dos termos acima ao clique do *mouse*, fragmentos de linhas antes pouco visíveis na correlação das forças modeladoras das curvas de visibilidade olímpicas, midiáticas e jornalística. No complexo contexto contemporâneo de comunicações, os discursos de lógicas distintas se entrecruzam, são iluminados ou apagados ao sabor de algoritmos, recuperados não apenas pela imprensa, mas também por agentes em conexões de redes sociais diversificadas. Passado o furor olímpico, esses hipertextos continuam expondo as entranhas do aparato olímpico, acessíveis a quem possa se interessar, em regimes de visualidades impensáveis tempos atrás, quando os registros se encontravam incorporados a papéis ou fitas magnéticas, nos arquivos das empresas de comunicação, nas bibliotecas de alguns países ou, em sua maioria, arquivados pelo próprio IOC e sujeitos à sua curatela. A cada edição olímpica – ou de outros megaeventos como a Copa das Confederações no Brasil, em 2013 -, esses fragmentos digitais ressurgem em formas várias, mixados aos átomos de renovadas reportagens ou nas memórias *on* e *off-line* de cada localidade, fazendo aflorar discursos e não discursos de apoio ou questionamento, em regime de retroalimentação da imprensa e das mídias. Afinal, conforme defendemos nesta tese, as práticas midiáticas estão enraizadas nas cidades e as mídias, enquanto tecnologias e representações, infiltram-se em quase todos os aspectos da vida urbana e pessoal, perpassando formas de ver, mostrar, controlar, resistir, habitar. Compreender dispositivos contemporâneos passa, portanto, por desvendar a cidade

nas mídias e as mídias nas cidades e de que forma esta dinâmica acaba por interferir nas estratégias jornalísticas.

Diante desse diagnóstico, cabe-nos agora dar continuidade à aplicação do nosso hiperdispositivo, enquanto atlas de organização dos diversos mapas construídos a partir da *cartografia de dispositivos on e off-line* da rede de relações e discursos que constituíram as Olimpíadas de 2012 em Londres, em suas múltiplas temporalidades, visualidades e territorialidades adensadas no processo da convergência de mídias característico do contexto comunicacional contemporâneo. Para isso, a partir das pistas anteriores (Diagrama 4), acionamos, em um primeiro movimento, os relatórios oficiais para desvelar curvas de visibilidade e enunciação – o que se disse, o que se viu em Londres 2012 -, e como essas falas reforçam historicamente estratos do Movimento Olímpico. Em seguida, buscamos cartografar linhas que reforçam e/ou tensionam esse hiperdispositivo, procurando identificar possíveis fissuras e brechas. Fazemos isso em três movimentos complementares: 1) contextualização das condições de existência temporais, visuais e territoriais dos Jogos desde a candidatura como cidade-sede; 2) mapeamento da cobertura da BBC; 3) mapeamento dos cruzamentos com as redes sociais *on-line*.

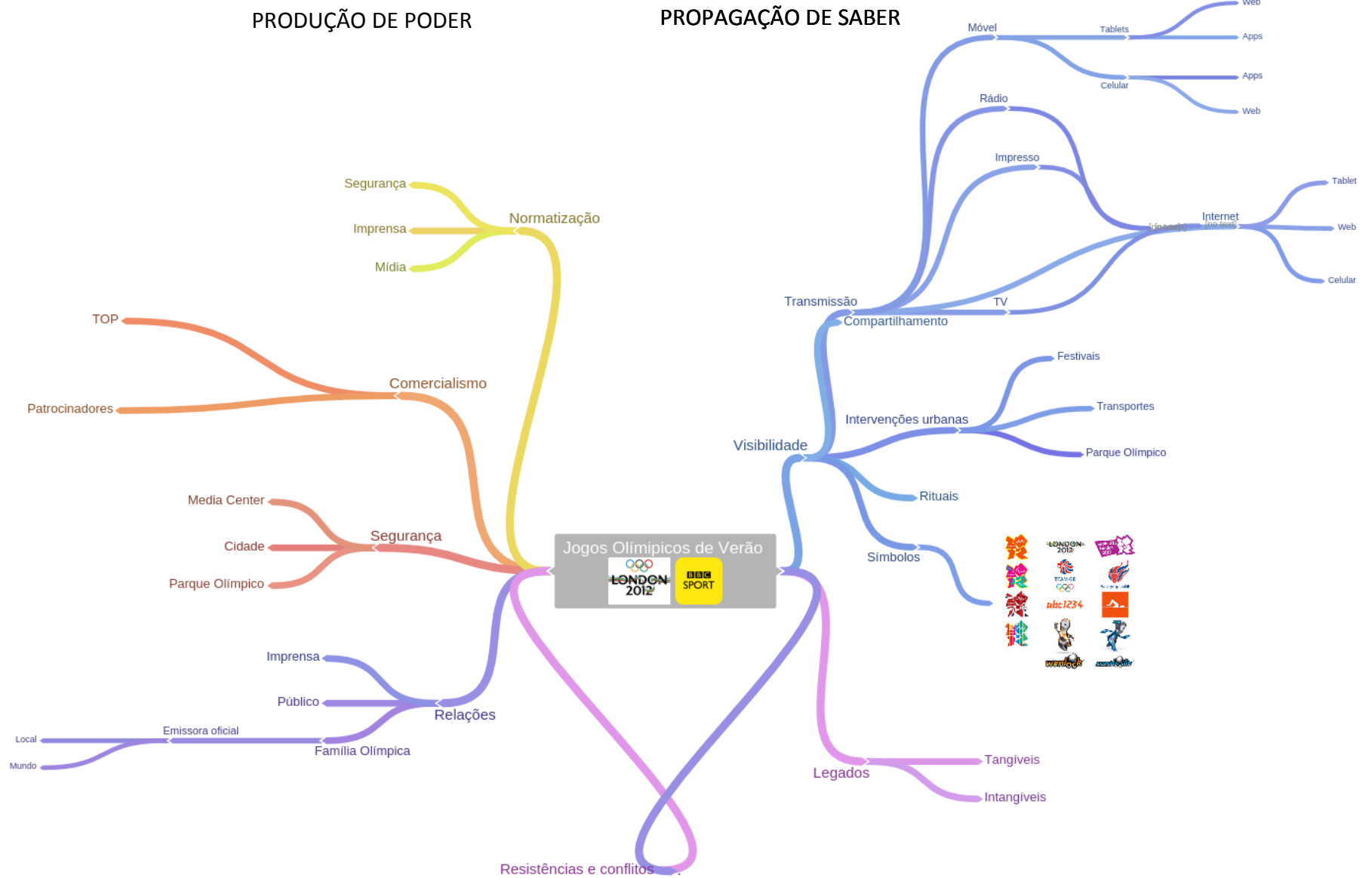


Diagrama 4: Linhas e curvas de configuração das relações saber-poder identificadas na genealogia.
 Fonte: Autoria própria.

4.3.1 #London2012

“Inspire uma Geração” – Este foi o mote escolhido pelo IOC para qualificar a 30ª Edição dos Jogos Olímpicos de Verão; porém, as Olimpíadas de Londres acabaram reconhecidas pela expressão “Jogos Alegres e Gloriosos”²¹⁸. Em torno dele, foi proposta toda a ação que aconteceu em Londres, principalmente no Parque Olímpico (Figura 22), região Leste da cidade, em território de 2,5 quilômetros quadrados, numa área “abandonada e recuperada”, na versão do IOC, para a realização do evento. 180 mil pessoas passaram por lá entre os dias 27 de julho e 12 de agosto de 2012. Todavia, esse regime territorial foi alargado em milhões de metros e bilhões de pessoas, quando pensamos as territorialidades, visualidades e temporalidades expandidas para além dos 16 dias de evento, em redes *on* e *off-line* (CRARY, 1992; SERRES, 1995; BARBERO, 2002; JOST, 2010; MORAES, 2010; ALZAMORA; RODRIGUES; UTSCH, 2013; ALZAMORA; ZILLER, 2013; DI FELICE, 2013), e nas formas como cidadãos de todo o mundo se apropriaram da cidade de Londres e da cobertura da BBC, estando lá ou à distância, por meio de comentários em *sites*, notícias em blogues, manifestações em redes sociais digitais, em atravessamentos horizontais característicos do processo de convergência de mídias (JENKINS, 2006).

As arenas principais – Estádio Olímpico, Centro Aquático, Velódromo e Circuito BMX, e também as arenas de *hockey*, *handball* e basquete foram conectadas por um conjunto de pontes e caminhos dentro do parque (Figura 22), em regimes de ocupação territorial condizentes com os objetivos olímpicos e *shoppings* estrategicamente posicionados, em lógicas verticalizadas de “onipresença mediadora do mercado” (BARBERO, 2002, p. 35). Além das instalações físicas, as forças tecnomercadológicas também ocuparam vias *on-line*, já que as lojas dos produtos olímpicos foram estendidas ao universo *web*. Testemunhamos o IOC construir um território controlado por suas regras e normas, dentro do território londrino sujeito à normalização do Estado, em processo de espessamento das normas de disciplina e regulação, conformando uma sociedade de normalização (FOUCAULT, 1997) temporariamente híbrida. Este regime de normalização se espria pelas ruas da cidade, repercute na cobertura da imprensa e nas conversações em redes *on* e *off-line*, com relatos

²¹⁸ Este foi o nome do curta-metragem dirigido por David Boyle e produzido pela BBC, no qual James Bond leva a Rainha em uma missão secreta e ela acaba saltando de um helicóptero para dentro do Estádio Olímpico. Happy and Glorius é uma parte do hino inglês.

transmidiáticos autogestados, enquanto as hipertelevisões e o próprio IOC tentam “simular aquilo que não são” (SCOLARI, 2008), ensaiando enquadrar os “ruídos” informacionais em seus controlados interdiscursos. A Vila Olímpica foi construída nas proximidades, já que se constitui hoje em elemento não discursivo fundamental, a regular relações entre atletas, jornalistas e população das cidades-sede. Dessa maneira, deve estar situada estrategicamente nas proximidades do mais representativo prédio olímpico, o Estádio principal. Embora fisicamente amelhados, entretanto, seus habitantes, ansiosos por serem vistos e ouvidos em outros espaços e tempos, se rebelaram contra a Norma 40 da Carta Olímpica, destinada a controlar, rigorosamente, suas presenças *on-line* – assim como o IOC já o faz no *off-line*. Voltaremos a isto.

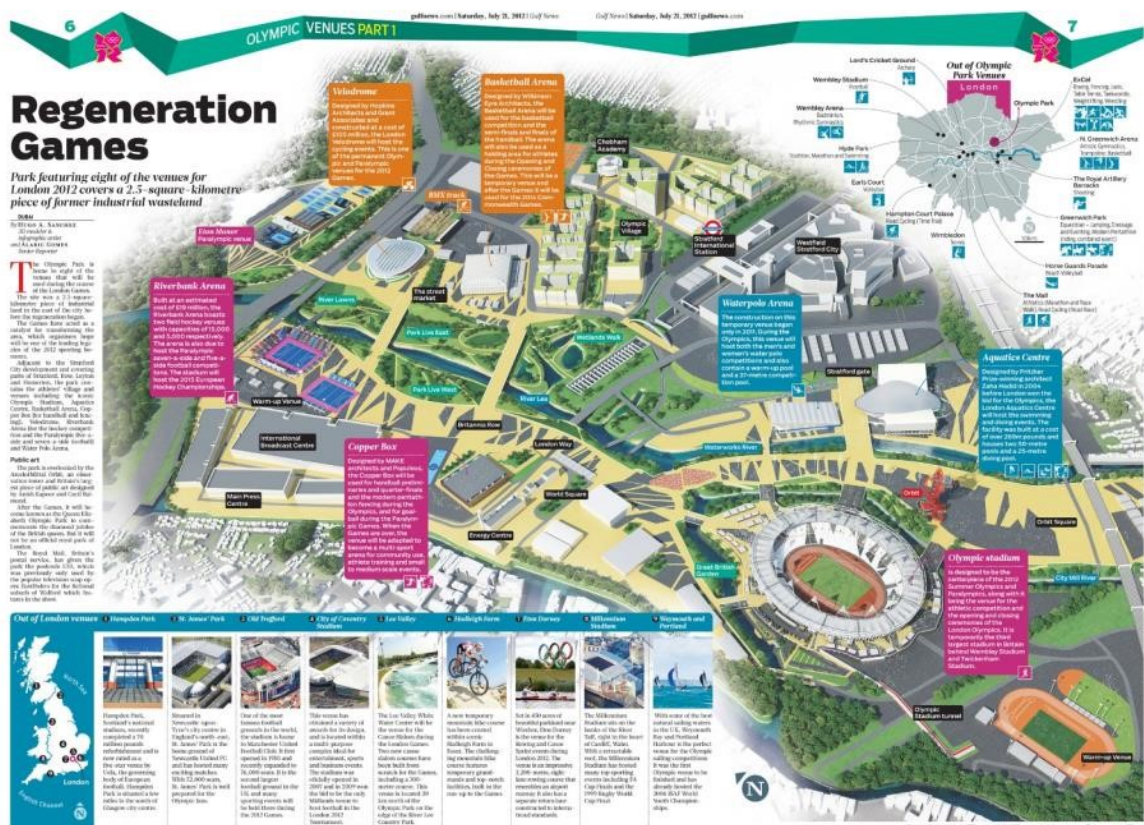


Figura 22: Parque Olímpico das Olimpíadas de Londres.
Fonte: IOC.

Outros espaços reconhecidos de Londres foram utilizados para as provas, como o Estádio Wembley para futebol; All England Club, em Wimbledon, para tênis, entre outros, estratégia atual do IOC ao permitir o reaproveitamento de prédios preexistentes como forma de

incorporar as cidades enquanto “campos de disputas simbólicas e discursivas” (SILVA, ZIVIANI, MADEIRA, 2014, p. 4), expandindo o território ocupado para além do Parque Olímpico e estabelecendo linhas de circulação exclusiva para atletas e autoridades. Essa ação foi amplamente criticada por agentes conectados de todo o mundo, como é possível ver nos 509 comentários incorporados à notícia publicada pelo *Daily Mail*²¹⁹ no primeiro dia das Olimpíadas, em que os londrinos foram pegos em longos engarrafamentos, enquanto a “Olympic Lane” permanecia livre. (Figura 23) O site do *Daily Mail* não permite conferir quantas vezes essa notícia foi compartilhada nas conexões em redes sociais; porém, uma rápida busca no Google Images utilizando a URL da imagem (uma exclusividade da linguagem binária), nos leva a uma página de *memes* do Pinterest²²⁰ no qual a fotografia está remixada. (Figura 23)



Figura 23: Hora do rush em Londres no primeiro dia dos Jogos; as vias exclusivas reservadas à Família Olímpica e o meme do ator Sir Patrick Stewart, carregando a chama Olímpica, e enquanto capitão Jean-Luc Picard em *Star Trek*.

Fonte: Daily Mail.

Esta busca nos envereda pela rota dos *memes* e caímos na página Know your Memes²²¹ dedicada aos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de Londres. Segundo o texto introdutório, “os *memes* inspirados nas Olimpíadas se tornaram populares na *web* muito antes da cerimônia de

²¹⁹ DAILY MAIL. The grind begins: Day one of Olympic 'Games Lanes' and motorists are caught in huge tailbacks despite just a quarter of VIP routes being operational. 25 de Julho de 2012. Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2178545/London-2012-Olympics-Day-Olympic-Games-Lanes-motorists-caught-huge-tailbacks-despite-just-quarter-VIP-routes-operational.html#comments>>. Acesso em: 10 mar. 2015.

²²⁰ Cf. <<https://br.pinterest.com/unibet/memes/>>.

²²¹ Cf. <<http://knowyourmeme.com/memes/events/london-2012-olympic-and-paralympic-games>>.

abertura por meio da página no Facebook chamada ‘Olympic Memes’²²², hoje com quase 160 mil curtidas. Um vídeo está disponível reforçando o caráter multimídia da página Know your Memes; entretanto, ao tentar assisti-lo, somos impedidos pela mensagem “Este vídeo apresenta conteúdo do International Olympic Committee, que bloqueou a exibição do conteúdo neste *site*”, numa rejeição à proposta de intermedialidade. (Figura 24) O vídeo original, publicado pelo IOC no Youtube, contém a versão completa da cerimônia de abertura e já foi assistido por mais de 3,4 milhões de pessoas, seguido de mais de dois mil comentários. Um desses comentários expõe preconceito em relação às Olimpíadas brasileiras em 2016, tensionando diretamente os preceitos olímpicos antirracistas ao dizer que a cerimônia brasileira talvez “não seja tão boa, apenas um monte de negros dançando”. Outras centenas de comentários, de várias partes do mundo, criticavam a cerimônia e os Jogos Olímpicos. Em dezembro de 2012, a BBC News publicou matéria sobre os “*top memes* e vídeos virais de 2012”²²³. O único *meme* olímpico referente às Olimpíadas citado foi o da atleta americana McKayla Maroney, insatisfeita com sua medalha de prata. (Figura 24) Esse comportamento, marcante em alguns grupos de usuários *web*, no qual as instâncias de produção e uso são reunidas, é chamado de *produsage* por Bruns (2008). Ziller (2011, p. 15) considera a *produsage* como um fenômeno múltiplo e “antropofágico”, na medida em que o usuário “antropófago” “se aproxima de dinâmicas de apropriação, alteração e republicação de informações”, rompendo com “valores e delimitações anteriores”, a exemplo do que teria ocorrido como o Manifesto Antropófago de Oswald de Andrade, no movimento modernista brasileiro, na década de 1920. A “antropofagia informativa”, segundo essa autora, convive com as “práticas tradicionais” e, no nosso entendimento, consiste em uma “dobra” do nosso hiperdispositivo na medida em que chega a tensionar o conteúdo das emissoras e os direitos autorais, mas também promove um caráter de engajamento da mídia tradicional ao agenciar a reabsorção desse material em sua própria programação. No caso do IOC, entretanto, verifica-se um posicionamento dúbio, com reações distintas, como vimos no bloqueio do vídeo no *site* Know your Memes e na brincadeira com a falha na abertura das Olimpíadas de Sochi, em 2014.

²²² Cf. <<https://www.facebook.com/OlympicMemes>>.

²²³ Cf. <<http://www.bbc.com/news/technology-20797272>>.



Figura 24: Vídeo bloqueado pelo IOC e meme da atleta olímpica McKayla Maroney.
Fontes: Know your Memes e BBC News.

Nesse espetáculo olímpico, em que mais de 10.500 atletas estiveram presentes, representando 204 países, pode-se dizer que apenas 302 efetivamente subiram ao palco para receber as medalhas distribuídas aos melhores, em 24 esportes. Na tentativa de ultrapassar o limite do tempo televisivo, incapaz de abarcar tanta informação, a BBC contou com a ajuda da matemática, dos algoritmos e de metadados. Essa estratégia permitiu à emissora acompanhar em tempo real, *on-line*²²⁴, o desempenho de mais de dez mil atletas (ALZAMORA; TÁRCIA, 2013).

Foram colocados à venda 8,8 milhões de *tickets*. 21 mil profissionais de mídia credenciados atuaram na cobertura. 200 mil pessoas estiveram envolvidas na organização, entre elas 70 mil voluntários, treinados em regime de obediência pelo parceiro olímpico McDonald's²²⁵. Observe-se a proporção entre o número de atletas e de profissionais de mídia credenciados. Essa diferença tem sido a chave para elevar de 8,8 milhões para mais de 4 bilhões os potenciais olhos pousados sobre Jogos midiaticizados em telas múltiplas, multiplicando também as forças externas atuantes sobre esse composto na medida em que, além da televisão, o impresso e o rádio, cada vez a cobertura de expande para os veículos exclusivamente *on-line* (BERKES, 2014).

O relatório oficial dos Jogos, elaborado pelo Comitê Local (LOCOG), está dividido em três volumes, nos quais estão mostrados e relatados em detalhes as curvas de visibilidade e enunciados oficiais sobre o processo de candidatura, planejamento e execução que “fizeram

²²⁴ Para detalhes, ver <http://www.bbc.co.uk/blogs/internet/posts/digital_olympics_reach_stream_stats>.

²²⁵ Cf. <<http://www.theguardian.com/uk/2010/jul/09/london-olympics-2012-mcdonalds-volunteers>>.

de Londres a primeira cidade a hospedar o maior e mais importante evento esportivo do mundo em três ocasiões, após as edições de 1908 e 1948” (COE, 2012), nas palavras de Lord Coe²²⁶, presidente do Comitê Organizador à época. O objetivo desses relatórios oficiais – uma obrigação dos comitês locais desde os primórdios dos Jogos modernos – é “transferir conhecimento” para todos os interessados no tema. Até pouco tempo, constituíam-se em uma das poucas fontes de pesquisa sobre Olimpíadas, cujo contraponto ao discurso oficial só poderia ser conseguido por meio da imprensa se houvesse uma cobertura crítica, ou declarações de atores participantes. Hoje, tempos de “mídia propagável” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014), ditos, não ditos, luzes e sombras se multiplicam multi, inter e transmediaticamente pelos universos *on* e *off-line*, o que nos permite facilmente acessar outras “verdades” (FOUCAULT, 1979), como nos propusemos a fazer nesta tese.

O primeiro volume do relatório oficial abre com a informação de que se trata de um documento cuja obrigatoriedade está determinada pela Carta Olímpica e pelo chamado Contrato da Cidade-Sede, redigido de acordo com as diretrizes do IOC.

Como não encontramos o Contrato entre os documentos oficiais do IOC e nos pareceu essencial conhecê-lo para compreender as regras que regem as relações entre o Comitê, as cidades-sede e os jornalistas, decidimos iniciar por ele o nosso processo cartográfico. Pesquisamos a expressão Host City Contract London 2012 e chegamos a dois observatórios do processo olímpico onde o documento está hospedado: Games Monitor²²⁷, cuja proposta é apontar mitos relacionados às Olimpíadas, e Help me Investigate the Olympics²²⁸, parte do projeto de jornalismo investigativo Help Me Investigate. Esta se conforma como a primeira linha de fissura a constranger a lisura dos relatórios oficiais na medida em que ultrapassa a lógica punitiva historicamente basilar do Movimento Olímpico e se projeta à luz dos *bits*, com suas perspectivas horizontalizadas (JENKINS, 2006).

²²⁶ Sir Sebastian Newbold Coe é um político e ex-atleta britânico de alto nível. Barão Coe recebeu a Ordem do Império Britânico. Na sua carreira no atletismo, disputou as provas de meio-fundo como os 800 m e 1500 m. Coe venceu a prova dos 1500 m nas Olimpíadas de Moscou 1980 e de Los Angeles 1984. Também estabeleceu ao longo da sua carreira 11 recordes mundiais. Depois da sua aposentadoria do atletismo, ingressou no Partido Conservador e foi membro do Parlamento do Reino Unido de 1992 até 1997, tornando-se membro vitalício em 2000. Ele estava à frente do comitê das Olimpíadas de Londres 2012 quando, após o anúncio oficial do Comitê Olímpico Internacional, tornou-se Presidente da Comitê Organizador dos Jogos de Londres 2012. Em 2007, Lord Coe foi eleito vice-presidente da Associação Internacional de Federações de Atletismo. Foi agraciado com o prêmio Lifetime Achievement no BBC Sports Personality of the Year em dezembro de 2012.

²²⁷ Disponível em: <<http://www.gamesmonitor.org.uk/node/553>>. Acesso em: 25 jan. 2015.

²²⁸ Disponível em: <<http://helpmeininvestigate.com/olympics>>. Acesso em: 25 jan. 2005.

No Games Monitor, está disponível a informação de que The Host City Contract for the London 2012 Olympics é um documento “não negociável preparado pelo IOC”, que não foi amplamente divulgado no Reino Unido, sendo obtido por meio do Freedom of Information Act, em 2008, e disponibilizado por eles na *web*. Esse extravazamento, por meio do qual uma lei do Estado britânico permite acesso a um documento “secreto” e este é hospedado *on-line* e disponibilizado não apenas aos cidadãos daquele país, mas a todos os interessados em acessar enunciados obscurecidos nas transações olímpicas, apresenta-se como uma quase exclusividade dos ambientes *on-line*. Ainda que tenhamos visto parte desse documento em reportagens esporádicas de jornais (SILVER, 2014), dificilmente seu conteúdo viria à tona, na íntegra, consumindo os tempos televisivos, radiofônicos ou espaços impressos dos jornais. Ainda que se transformassem em um dossiê ou documentário, seu conteúdo não estaria acessível, em qualquer lugar, mesclado ao *off-line* por meio das múltiplas telas.

Voltaremos ao conteúdo desse documento e o que expõe em relação ao nosso objeto de interesse, à cobertura das Olimpíadas e suas redes de relações *on* e *off-line*.

Ainda na introdução do relatório oficial, Sebastian Coe se ocupa em reforçar o discurso secular do Movimento Olímpico, de união entre as nações e paz entre os povos, enunciado recorrentemente rebatido por fatos históricos, como vimos em nossa genealogia e, ainda assim, repetidos ao cansaço, dentro dos “jogos de verdade” sobre os quais nos alerta Foucault (2006, p. 725).

Os Jogos de Londres 2012 foram Jogos para todos - para pessoas de todas as crenças, culturas e origens. Desde a inesquecível Cerimônia de Abertura em diante, o maior agrupamento de países e territórios mostrou um vislumbre do que o mundo pode ser como uma só nação (COE in IOC, 2012, p. 7, tradução nossa).²²⁹

Uma só nação desde que as regras do imenso “parque de diversões” (SENN, 1999, 2008), sejam seguidas à risca, como o fez boa parte da imprensa local.

A questão ecoou em todo o país e, gradualmente, foi assumida pela imprensa. A primeira organização de mídia a investir na candidatura de Londres foi o *Daily Telegraph*, cujo editor de esportes, o falecido David

²²⁹ The London 2012 Games were Games for everyone – for people of all faiths, cultures and backgrounds. From the unforgettable Olympic Opening Ceremony onwards, the greatest ever gathering of countries and territories provided a glimpse of what the world might look like as one nation.

Welch, tinha visto o efeito Sydney em primeira mão (COE in IOC, 2012, p. 7, tradução nossa).²³⁰

Como vimos anteriormente, as conexões entre os dispositivos olímpico e jornalístico datam de 1896, primeira edição dos Jogos Modernos, e têm se constituído, desde então, em uma linha de força - e também de fissura - proeminente, com o impresso, televisão e, agora, com a internet. Entretanto, assim como os dispositivos em si, não se trata de uma relação linear, mas movediça, tensionada por lógicas distintas, de diferentes épocas, cujos estratos buscamos compreender a partir da lógica do hiperdispositivo aqui proposto.

Outros estratos históricos são acionados na medida em que o relatório homenageia o britânico William Penny Brookes²³¹ como inspirador de Coubertin na retomada das Olimpíadas, além de diferentes figuras envolvidas na organização dos Jogos de 1908 e 1948, inserindo novas camadas temporais (KOSELLECK, 2001) no evento, em movimentos de “recodificação do passado” (HUYSSSEN, 2000).

Sobre a estrutura urbana, motivo de crises, polêmicas e denúncias relacionadas às Olimpíadas (BROUDEHOUX, 2012; COHRE, 2007; GIESECK; MADDEN, 2007), o relatório diz:

É difícil imaginar agora que o local do belo e generoso Parque Olímpico foi, apenas cinco anos atrás, um canto subdesenvolvido, poluído do leste de Londres. Para o olho destreinado, a tarefa de transformar esse pedaço de terra, aproximadamente do tamanho de Hyde Park, de 2,5 quilômetros quadrados, parecia impossível. Em 2005, quando a licitação para os Jogos foi ganha, o futuro Parque continha uma variedade de empresas de pequeno porte em um cenário quase vitoriano de ruas estreitas, atravessada por riachos sufocados por pneus de carro, carrinhos de compras, mato e plantas aquáticas. Ken Livingstone, prefeito de Londres, percebeu que apenas um evento tão grande quanto os Jogos iria atrair o nível de investimento

²³⁰ The question was echoed throughout the country and gradually taken up in the press. The first media organisation to push the case for a London bid was the Daily Telegraph, whose sports editor, the late David Welch, had seen the Sydney effect at first hand.

²³¹ Os Jogos Olímpicos da Era Moderna já nasceram sob o signo da disputa. Muitos creditam ao britânico Penny Brookes a paternidade do movimento, anterior à fundação do Comitê Olímpico por Pierre de Coubertin. A Wenlock Olympic Society (WEN), por exemplo, considera que a primeira edição dos Jogos Olímpicos modernos teria ocorrido em Much Wenlock, Reino Unido, em 1850, e nomeia Brookes seu legítimo fundador. Coubertin tomou conhecimento sobre a existência de Brookes após enviar 600 cartas às escolas inglesas, interessado em ouvi-las sobre a relação esporte-educação e teria sido inspirado por ele em sua volta à França. Em 1994, numa tentativa de aliviar as tensões, o então presidente do COI, Juan Antonio Samaranch, visitou Much Wenlock, prestou homenagens póstumas a Brookes e declarou: “Eu vim para prestar homenagem e um tributo ao Dr. Brookes, que realmente foi o fundador dos Jogos Olímpicos modernos.” (SAMARANCH citado por JEFFREY, 2004, s.p.). Depois dessa data, todo o empenho foi feito para reposicionar Coubertin como fundador dos Jogos Olímpicos modernos, como vimos anteriormente.

necessário para trazer essa terra esquecida ao século XXI, e por isso foi escolhido como o cenário para este festival único do desporto (IOC, 2012, p. 18, tradução nossa).²³²

Tudo girou em torno das determinações do contrato assinado com o COI, no qual o prazo de sete anos após a licitação deve consistir em “dois anos de planejamento, quatro anos de obras e doze meses de testes” (IOC, 2012, p. 7), construções territoriais controladas temporalmente, em jogos de verdade tornados públicos ou silenciados pelo IOC. Esses prazos têm se constituído em um outro nó de ligação com a mídia e a imprensa, atravessado por conexões *on* e *off-line* na medida em que entrevistas coletivas são convocadas com frequência, por promotores de megaeventos, para criticar ou elogiar o andamento de obras nas cidades. Essas críticas, registradas desde os primeiros anos da internet comercial, vêm se ampliando e se transformando em um estrato digital importante e cumulativo, um espessamento de linhas de fissura antes impossíveis de serem acessadas a um clique do *mouse*. Por outro lado, ao mesmo tempo em que alimenta os espaços televisivos, radiofônicos, impressos e *on-line*, esse discurso serve como registro legal ao IOC, já que o descumprimento dos prazos é fator contratual de suspensão de repasses de lucros às cidades-sede, como veremos adiante.

Gradualmente, diz o relatório, “sob a constante vigilância das câmeras de televisão” (IOC, 2012, p. 7) e de jornalistas, as obras avançaram, numa versão contemporânea do panóptico (FOUCAULT, 1987) ou dos novos contratos de visualidade (CRARY, 1992; BAUWENS, 2006; THOMPSON, 2009), uma vez que as imagens se multiplicaram para além das TV tradicionais, cujos arquivos dificilmente serão acionados em outras edições olímpicas. Entretanto, aquilo que o enunciado oficial resume em uma linha, quando pesquisado na *web*, desvela um mundo de contradições e comentários.

Por exemplo, nesse relatório não há referência ao processo de desocupação dos terrenos e casas da região, conquanto a população local seja citada como “parceira” no projeto de sustentabilidade do evento.

²³² It is difficult to imagine now that the site of the beautiful and bounteous Olympic Park was, only five years ago, an underdeveloped, polluted corner of east London. To the untrained eye, the job of transforming this patch of land, roughly the size of London’s Hyde Park at 2.5 square kilometres, seemed an impossible one. In 2005, when the bid for the Games was won, the future Park held a variety of small businesses in an almost Victorian setting of narrow streets, criss-crossed by a slither of waterways suffocated by car tyres, shopping trolleys, Japanese knotweed and floating pennywort. Ken Livingstone, then the Mayor of London, realised that only an event as big as the Games would attract the level of investment needed to bring this forgotten land into the twenty-first century, and so it was chosen as the setting for this unique festival of sport.

Moradores locais que vivem perto do Parque Olímpico foram também elemento fundamental para o legado da política de sustentabilidade de Londres 2012. Sua importância no esquema foi reconhecida desde o início; todo o processo de regeneração tentou envolver as comunidades locais. Criação de empregos locais e oportunidades de formação, bem como a melhoria da qualidade de vida para aquela vizinhança foram objetivos fundamentais na Estratégia de Desenvolvimento Sustentável da ODA. "Sabíamos que tínhamos de respeitar esses londrinos que vivem e trabalham na área", confirma Stubbs. "Nós não poderíamos apenas chegar e dizer que íamos realizar um grande evento sem fazer nada para eles no futuro" (IOC, 2012, p. 26, tradução nossa).²³³

Quando incorporamos a esses enunciados outras camadas históricas desveladas genealogicamente no capítulo 3, como os processos de sanitização e desocupação de espaços públicos em Seul (1988), Atlanta (1996), Sydney (2000) e Atenas (2004), ressaltamos seu aspecto estratégico dentro do regime de verdades elaboradas a que se refere Foucault (1979). Fossem outros tempos, em lógicas verticalizadas, essas comparações dificilmente seriam acionadas fora do território britânico, como a *cartografia on e off-line* nos possibilita fazer.

O cortejo da tocha olímpica pela Grã-Bretanha constituiu-se em outra relevante curva de visibilidade, por meio da qual o Movimento Olímpico procurou engajar pessoas de seu interesse e o país sede buscou reconstruir a "noção de território" (DAYAN, 2009), já que os Jogos estão restritos, geograficamente, à cidade-sede e, temporalmente, aos 16 dias de provas. Carregar a tocha é tido como honra máxima, parte do pacote simbólico dos rituais olímpicos. A rota olímpica, segundo o relatório oficial, passou a menos de 15 km de 95% da população do Reino Unido e foi acompanhada de perto por uma ampla estratégia de cobertura móvel da BBC²³⁴. O evento conjugou anseios da BBC e do IOC, em termos de cobertura territorial e visibilidade global. Até um sobrinho-neto do Barão de Coubertin foi inserido na cerimônia, ao lado de figuras públicas de renome ou não que, de alguma forma, tenham contribuído com a comunidade, pelos critérios olímpicos. Entre tantos anônimos, o Comitê Local destacou dois soldados feridos nas guerras do Afeganistão em 2006, adensando

²³³ Local people living near the Olympic Park were also pivotal to the legacy element of London 2012's sustainability policy. Their importance in the scheme of things was acknowledged from the outset; the whole process of regeneration sought to engage with local communities. Creating local jobs and training opportunities, as well as improving the quality of life for those in the vicinity, were key aims in the ODA's Sustainable Development Strategy. 'We knew that we had to respect those Londoners who live and work in the area,' confirms Stubbs. 'We couldn't just rock up and say we're going to put on a great big event and do nothing for them in the future.'

²³⁴ Cf. <<http://www.bbc.co.uk/torchrelay>>.

as camadas temporais e políticas do evento. Numa elaborada construção visual-territorial-temporal, multiplicada em várias telas, a BBC engajou-se em 70 dias de cobertura, por 13 mil quilômetros, ao vivo, na televisão, na *web* e nas redes sociais digitais, por meio da *hashtag* #bbctorchcam, incentivando a audiência a “se envolver” por SMS, Facebook e Twitter, revelando uma curva de visibilidade característica da relação horizontal e da reconfiguração do papel da audiência destacados por Jenkins (2006), ainda que em regime de absorção “simulativa” pelo universo televisivo, como salienta Scolari (2008). Esse braço do evento principal, segundo o técnico da BBC Mike Brown²³⁵, foi fundamental para que a emissora pudesse testar o *site* oficial da cobertura e o fluxo de trabalho na redação, em regime de cobertura multitelas. Vários técnicos e diretores (Michael Burnett²³⁶, Roger Mosey²³⁷) da emissora comentaram o feito em seus blogues. O evento, nas ruas da cidade, não esteve sujeito às restrições impostas pelo IOC e é possível acessar vários vídeos no Youtube, constituindo-se em um dos momentos de maior engajamento da cobertura, com traços de transmidialidade (ALZAMORA; TÁRCIA, 2012a, 2012b). O uso dos *sites* de redes sociais pela BBC para promover a participação concorreu para fortalecer corporações como o Twitter, Facebook e Youtube, constituindo-se em aliança entre lógicas de transmissão e compartilhamento. A BBC se fortaleceu com o uso das redes e as redes se fortaleceram com a aliança estratégica. Como observam Alzamora e Rodrigues (2014), situações como essa remetem à crítica de Agamben (2005, p. 15) aos dispositivos midiáticos.

Além desse momento, recursos tecnológicos tiveram papel de destaque nos Jogos enquanto premissa da visualidade olímpica, como vimos no capítulo 3, e das lógicas de “geração voraz de conteúdos”, na perspectiva de Moraes (2010), por meio da “proliferação de telas” (LIPOVETSKY; SERROY, 2011, p. 111). 350 profissionais foram alocados para fazer a manutenção de 950 servidores e 26 mil computadores de mesa, *notebooks* e *tablets*, funcionando 24 horas por dia, sete dias por semana, de forma a evitar qualquer desvio capaz de comprometer a imagem dos Jogos, como aconteceu em Atlanta (1996), onde falhas na infraestrutura frustraram jornalistas, repercutindo negativamente na imagem das Olimpíadas.

²³⁵ BROWN, Mike. Torch Relay: Building the site. 18 de dezembro de 2012. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/blogs/internet/posts/torch_relay>. Acesso em: 3 mar. 2015.

²³⁶ BURNNET, Michael. Olympic Torch Relay Website. 8 de junho de 2012. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/blogs/internet/posts/torchcam_torch_relay>. Acesso em: 3 mar 2015.

²³⁷ MOSEY, Roger. Awaiting the start of the Olympic torch relay. 8 de maio de 2012. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/blogs/legacy/rogermosey/2012/05/torch_blog_1.html>. Acesso em: 3 mar. 2015.

Uma das inovações exaltadas pelo relatório oficial teria sido um Sistema de Informações Comentador (do inglês Commentator Information System – CIS). Isso significou que “pela primeira vez, as 21 mil emissoras e 6.500 jornalistas credenciados puderam ter acesso aos resultados de forma tão rápida, muitas vezes antecipando a reação do público presente nos estádios” (IOC, 2012, p. 39), reafirmando a vertente espetacular e midiática do evento, em que o jornalismo muitas vezes acaba limitado a repetir informações oficiais (BECKLER, 2013) numa lógica reprodutiva frenética. A infraestrutura incluiu mil pontos de acesso *wireless*, 80 mil pontos de saída de voz e dados em todos os prédios integrados a 65 quadros de resultados, além de dez mil monitores de TV, com canais dedicados aos Jogos. Esse aparato tecnológico incluiu a manutenção da página oficial, <www.london2012.com>, que teve estimadas 150 milhões de visitas durante o evento, expandido o universo *off-line* pelas conexões *on-line*. Seis *gigabytes* de dados foram gerados por segundo durante os Jogos, cerca de 30% mais do que em Pequim/2008, numa profusão de *bits*.

Os *smartphones* e a tecnologia 3G de conexão receberam atenção especial dos promotores, colocando as informações na “palma dos espectadores” ou, nos dizeres de Jost (2010, p. 40), correspondendo às “aspirações bem-ancoradas no ser humano: o desejo de estar em vários lugares ao mesmo tempo (ubiquidade) e de penetrar na cabeça dos outros (Omnisciência)”. Dois aplicativos foram desenvolvidos para seis diferentes plataformas, além do maior sistema de comunicação sem fio da Europa em parceria com a British Telecom.

As transmissões televisivas estão inscritas no relatório oficial ao lado das informações sobre o alcance das transmissões *on-line* e tiveram como objetivo mostrar todos os jogos na íntegra em pelo menos uma plataforma, por meio “do domínio das técnicas de roteirização” que “possibilitaram o jogo de forças em torno do controle dos mecanismos de produção e difusão de conteúdos midiáticos” (HAMBURGER, 2013, p. 45). As imagens ficaram a cargo do Olympic Broadcasting Services, guardião histórico das visualidades olímpicas.

A BBC, emissora oficial dos Jogos, planejou uma série de programas especiais complementares dentro do Festival Cultural anexo aos eventos esportivos, comprometendo-se integralmente com as estratégias de expansão temporal do evento. Entre eles, o ambicioso projeto *Radio 1's Hackney Weekend*, festival de música que reuniu mais de 100 mil pessoas em dois dias de evento. Outros artistas da emissora participaram da maratona cultural. Envolvido com a promoção do Festival, estava Tony Hall, ex-diretor de notícias da BBC, em conexões

jornalismo/espetáculo, que não passaram despercebidas enquanto relação de reciprocidade entre elementos pertencentes a um sistema de poder (FOUCAULT, 2003).

Como resultado de todo o investimento, o Relatório Executivo – terceiro volume do Relatório Oficial – conclui precocemente, já que foi publicado poucos meses após o fim dos Jogos (GIRGINOV, 2014):

Os Jogos de Londres 2012 levantaram o estado de espírito do povo britânico e da economia, e uniram o país. O espírito dos Jogos, a regeneração da zona leste de Londres em torno do novo Parque Olímpico e as conquistas dos atletas têm sido invocados pela comunidade, educacional, cultural, de negócios e líderes políticos como uma fonte de inspiração. Os jogos tornaram-se exemplos de que é possível, através do trabalho em equipe e compartilhando um objetivo e visão comuns, ajudar a enfrentar desafios-chave e oportunidades da era pós-olímpica (IOC, 2012c, p. 5, tradução nossa).²³⁸

Um ano após o fim dos Jogos, Sebastian Coe (que chegou a ser cotado para assumir a presidência do BBC Trust²³⁹), agora contratado pelo governo britânico para dar continuidade ao projeto de legados olímpicos, foi entrevistado sobre o tema no programa da BBC, *Today Programme*. O editor da BBC Sport, David Bond, comentou a entrevista sob o título “Londres 2012: a Grã-Bretanha tem tirado o melhor proveito do legado Olímpico?”, no qual conclui, a partir de pesquisa encomendada pela própria BBC²⁴⁰, que os esforços no sentido de incentivar a população a praticar esportes não tinham obtido o resultado esperado, com cortes de investimentos por parte do governo.

Parece-me preocupante que após os Jogos tenha havido uma verdadeira união em torno desta questão, porém, após o fim dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos não houve uma campanha nacional para dizer às pessoas como deveriam praticar os esportes que tinham acabado de assistir, ou incentivando-as a serem mais ativas. Essa foi uma oportunidade perdida [...] mas talvez não seja tarde demais (BOND, 2013, s.p.).

A BBC seguiu em sua perspectiva jornalística de cobrar ações relacionadas ao legado olímpico, ao mesmo tempo em que continua promovendo conversações em torno do evento,

²³⁸ The London 2012 Games lifted the mood of the British people and economy, and united the country. The spirit of the Games, the regeneration of east London around the new Olympic Park and the achievements of the athletes have been invoked by community, educational, cultural, business and political leaders as a source of inspiration. The Games have become examples of what is possible through teamwork and sharing a common goal and vision to help address key challenges and opportunities in the post-Olympic era.

²³⁹ Cf. <<http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-28538620>>.

²⁴⁰ Cf. <http://news.bbc.co.uk/1/hi/shared/bsp/hi/pdfs/bbc_olympics_legacy_survey.pdf>.

constituindo-se enquanto um dispositivo dentro do hiperdispositivo. Na perspectiva da convergência de mídias, lógicas jornalísticas tradicionais, nas quais a informação flui a partir de um centro emissor, se mesclam a outras lógicas conversacionais, em que a audiência se apropria das informações e se engaja em questionamentos antes raros, na perspectiva da verticalidade das mídias de massa. O artigo de Bond recebeu 147 comentários, sendo mais de 90% negativos em relação às Olimpíadas e ao legado olímpico. Algumas das críticas denunciam a conexão da emissora com o espetáculo olímpico, numa circularidade, em que a estratégia de abrir comentários acaba por revelar fissuras nos discursos de legitimidade jornalística da emissora, além de conformar mais um espaço de armazenamento virtual de críticas às Olimpíadas. Cerca de dez comentários foram removidos, por descumprimento de normas. Nenhum foi respondido, conformando o que Scolari (2008) identifica como “simulação” de uma televisão que procura, por meio de suas extensões *on-line*, ser aquilo que não é: interativa, na perspectiva dialógica defendida por Lemose Levy (2010).

Da sustentabilidade à governança, os três volumes do relatório oficial da Olimpíada de Londres constituem um competente manual de produção de megaeventos (GETZ, 2012; HORNE, 2012), no qual mídia, jornalismo e esportes transbordam suas linhas de conexão em multitelas globais, revelando as técnicas aprimoradas do nosso hiperdispositivo. Todos os aspectos relacionados aos Jogos estão descritos em detalhe, conformando uma peça-chave na curva de visibilidade olímpica, enunciando seus mecanismos de controle, saber e poder, ainda que promovendo o apagamento de quaisquer conflitos ou divergências. A grandeza, a beleza, a organização, a disciplina são camadas sedimentadas às quais se agregam a eficiência e a transparência de Londres 2012. Erros passados são incorporados, trabalhados e superados, em contínuo processo de “preenchimento estratégico” (FOUCAULT, 2006). Denúncias e críticas conformam novos discursos, quando, por exemplo, longos textos são dedicados a explicar o modelo de sustentabilidade ambiental e econômico adotados para redimir o Movimento Olímpico de possíveis falhas passadas. Essa técnica também está descrita: em várias partes do relatório, há referências a inversões, acompanhadas da solução e superação. Trata-se de um dispositivo sutil, refinado, belo, eficiente e bem-produzido.

Mas o que dizer dos silêncios e da estatização dos mecanismos disciplinares (FOUCAULT, 1987)? E das linhas de força que se conformam e atravessam esse dispositivo, alimentando suas dinâmicas de força, quem sabe, promovendo fissuras, possíveis brechas, como vimos em

algumas passagens da seção anterior? É preciso explorá-lo e reconhecê-lo em detalhes, pois só assim, acreditamos, conseguimos desvelar relações silenciadas, ocultas, capazes de indicar de que maneira nosso hiperdispositivo conforma e como interfere nas estratégias da BBC, como veremos adiante, com os documentos “ocultos”, revelados em nosso processo cartográfico.

Voltemos ao nosso primeiro movimento cartográfico, quando geramos o mapa das curvas de visibilidade e identificamos o documento assinado entre o Comitê Local, o governo e o IOC, em 2005, no calor da vitória, na cerimônia de anúncio da cidade anfitriã dos Jogos de 2012. Documento mantido em sigilo, longe dos olhares públicos, passível, portanto, de nos revelar estratégias questionáveis, discórdias e fissuras quando tornados públicos, como o fez o *site* Games Monitor. Documentos como este são considerados por nós como alavancas de deslocamento, pois nos permitem avançar em nossa cartografia para além da história lisa dos documentos oficiais.

O documento Host City Contract (IOC, 2005) tem 40 páginas e vem complementado por 22 Manuais Técnicos. Está dividido em onze partes: Princípios Básicos; Princípios de Planejamento, Organização e Realização; Organização das Acomodações; Organização do Programa de Esportes; Organização do Programa Cultural; Cerimônias, Chama Olímpica, Revezamento da Tocha, Medalhas e Diplomas; Propriedade Intelectual e questões relacionados; Obrigações Financeiras e Comerciais; Cobertura Midiática dos Jogos; Outras Obrigações; Cláusula de Cancelamento de Contrato.

Em resumo, este contrato repassa todas as despesas, responsabilidades e custos dos Jogos para a cidade-sede, por meio do Comitê Local, e determina que os passos relacionados ao evento devem ser integral e rigorosamente fiscalizados pelo IOC, em regime de normalização restritiva (Foucault, 2006).

De acordo com o texto, qualquer lucro resultante da organização dos Jogos deveria ser dividido entre a British Olympic Association (20%), aplicado na promoção dos esportes no país anfitrião, com prévia aprovação (60%) e o IOC (20%). Porém, se houvesse perdas, o país deveria se responsabilizar por elas. Além disso, qualquer pagamento realizado ao IOC deveria estar isento de impostos.

A cidade e o Comitê Local seriam responsáveis por todo o planejamento e organização dos eventos, dentro dos prazos determinados em contrato. Caso houvesse atrasos, o IOC poderia suspender o compartilhamento de lucros, questão comentada anteriormente, como um dos nós de conexão entre esportes, mídias e imprensa, na medida em que o Comitê procura utilizar o interesse dos jornalistas para tornar públicas as dificuldades dos países em cumprir com seus rigorosos calendários.

Na cláusula 18, a cidade anfitriã e todos os organizadores se comprometiam “a promover os princípios e valores fundamentais do Olimpismo, o desenvolvimento do Movimento Olímpico” de acordo com as determinações do IOC. Além disso, todos os *releases* e comunicados públicos em que houvesse citações do presidente ou dos membros do Comitê deveriam passar pelo seu crivo antes de divulgados. Essa cláusula nos parece uma linha de esgarçamento dos ideais de independência do jornalismo tradicional, justificáveis sob o rótulo de Jornalismo Esportivo, uma vez que as emissoras parceiras das cidades no contrato Olímpico – caso da BBC -, comprometem-se a iniciar a divulgação dos Jogos anos antes de seu princípio, borrando os limites entre entretenimento e jornalismo e sendo coniventes com as normas restritivas do IOC.

Outra estratégia de mobilização dos olhares, controle das visualidades, imposta pelo Comitê, em sua tentativa de promover o apagamento de episódios de “frustração” como “atenção desviada, atenção subvertida e atenção pervertida” (DAYAN, 2009), é a cláusula na qual fica determinado que

Nenhum grande evento, público ou privado, conferência ou qualquer outra reunião que possa impactar o sucesso dos Jogos ou sua visibilidade na mídia deverá acontecer na cidade-sede ou nas vizinhanças ou em qualquer outro local de competição, durante os Jogos, na semana anterior e posterior, sem prévia aprovação por escrito do IOC (IOC, 2005, p. 6, tradução nossa).²⁴¹

A cidade-sede também não poderia emitir nenhum convite para personalidades locais ou internacionais, sem passar pelo Comitê, cuja triagem se dá a partir dos regimes de lealdade para com o evento (DAYAN; KATZ, 1992; DAYAN, 2010). Todos os membros do IOC, pessoal

²⁴¹ that no major public or private event, conference, or other meeting which could have an impact on the successful organisation and staging of the Games or their public and media exposure, shall take place in the City itself, or its neighbourhood or in the other competition sites, during the Games or during the preceding or following week, without the prior written approval of the IOC;

técnico, atletas, competidores, jornalistas, anunciantes, enfim, todos os membros da Família Olímpica teriam direito a transporte gratuito. Estes e outros privilégios são detalhados no “Manual Técnico para Credenciamento e Entradas nos Jogos Olímpicos”. Juízes, árbitros e corpo técnicos viajam de seus países e dentro do país-sede às custas do Comitê Local. Cerca de 700 quartos de hotéis seriam reservados pelo IOC na cidade e essa conta também seria repassada à cidade-sede. Essas informações foram apagadas das propagandas oficiais das Olimpíadas pelos seus promotores, embora noticiadas pela imprensa. Sete anos antes das Olimpíadas de Londres, o jornal *The Times* (2005) noticiou “o bloqueio de 1.800 quartos” em hotéis cinco estrelas, nas proximidades de East End, local onde aconteceram os Jogos, numa ocupação territorial estratégica, uma vez que, segundo a reportagem, a precaução se deveu ao fato de a região escolhida “não possuir hotéis suficientes de calibre satisfatório”.

Enquanto metade dos atletas serão capazes de caminhar até suas arenas, o *staff* sênior do IOC ficará hospedado no coração do distrito comercial de Londres, a alguns minutos a pé da Oxford Street e Bond Street, porque não há hotéis suficientes de calibre satisfatório em East End. O comitê organizador deverá encontrar 1.800 quartos cinco estrelas para a “Família IOC”. De acordo com os organizadores, eles levarão cerca de 27 minutos para chegarem ao Parque Olímpico, utilizando as pistas especiais reservadas para atletas e membros do IOC (THE TIMES, 2005, p. 25).

Outra linha de força a conotar contradições entre o visível dos relatórios oficiais e o invisível dos contratos “secretos”, e que extravasa visualmente para as redes *on* e *off-line*, diz respeito à ocupação territorial da cidade na estratégia de que deve “vestir-se” com os símbolos olímpicos.

De acordo com os enunciados oficiais do Comitê Olímpico local, Londres teria espontaneamente se vestido para os jogos com uma “explosão de cores” e símbolos olímpicos, substituindo as tradicionais cores britânicas pelos cinco anéis, estratégia *off-line* que recebeu ampla divulgação *on-line* (Figura 25). “Muito mais do que um pano de fundo, a cidade tornou-se um participante ativo nos Jogos.” (IOC, 2012, p. 36), mecanismo requintado de expansão visual e territorial, sobrepondo o risco de o evento ficar restrito ao circuito olímpico.



Figura 25: A cidade teria se vestido das Olimpíadas, segundo o IOC.
Fonte: COI.

Entretanto, ao acessarmos os arquivos “apagados”, o processo de “corporatização explícita e implícita” dos Jogos (SHORT, 2004) se revela. Por esse contrato, fica clara a adesão compulsória dos bairros a um programa chamado Look at the Games, por meio do qual todas as faixas e material de decoração das ruas – padronizados – são comercializados pelos promotores do evento. Além disso, no prazo de doze meses a contar da assinatura do contrato, a cidade-sede deveria obrigatoriamente instalar placas de sinalização em pontos-chave identificando-a como Cidade-sede dos Jogos Olímpicos. Tudo deveria passar antes pela aprovação do IOC, em um processo que podemos chamar de “estampagem olímpica” no território urbano. Não bastam as marcas provisórias do período olímpico. As cidades são também carimbadas pelo IOC, como pudemos confirmar em nossa passagem por Singapura e Barcelona.

Durante o período dos Jogos, todos os caminhos que levam às arenas deveriam estar livres de publicidades ou expressões que “poderiam conflitar com ou violar” os acordos entre as partes, bem como ao alcance das câmeras de televisão que fazem a cobertura do evento.

Esse documento²⁴² nos aponta estratégias importantes da “máquina de poder que instaura circuitos de lucro”, como refere Foucault (1999, p. 337): as formas como reforçam e modificam dispositivos de poder de maneira a promover a circularidade dos saberes, de forma flexível e inventiva.

Porém, como ainda ressalta Foucault (1979), a conformação desse poder não se dá sem crises e questionamentos. Nas palavras de Deleuze (1988, p. 101), “as relações transversais de resistência não param de se reestratificar, de encontrar, ou mesmo fabricar nós de poder”. Até o momento, acessamos principalmente a superfície lisa desse dispositivo e as linhas de força espessadas que conformam nosso hiperdispositivo. Interessa-nos aprofundar o desvelamento das linhas de fissura e possíveis brechas, principalmente em sua relação com a imprensa e a BBC.

No próprio *site* do Games Monitor, encontramos artigo de Ian Blunt (2012) sobre o contrato citado anteriormente e sua relação com o trabalho dos jornalistas. Blunt (2012) cita como exemplo um jornalista chamado Andrew Jennings. Ao expor denúncias de corrupção no “IOC, Associação dos Jornalistas Olímpicos²⁴³ e Fifa”, o profissional foi processado e tem enfrentado longas batalhas judiciais.

Seguimos os fios dessa linha tensionadora e somos transportados a um artigo de Jennings (2012) no *British Journalism Review*, no qual denuncia a existência de um “clube privado de repórteres, que nos traz as notícias e escreve sobre Olimpíadas, a chamada Associação dos Jornalistas Olímpicos.” (JENNINGS, 2012, p. 25). Neste clube, entretanto, estão vários lobistas, responsáveis por “limpar o nome” do IOC junto à mídia em denúncias de corrupção, como as que vieram à tona nos Jogos de Salt Lake City²⁴⁴ em 2002. Jennings correlaciona vários jornalistas, inclusive da BBC, como integrantes desse reservado universo olímpico. Dois deles seriam o ex-editor do BBC Sport, David Bond (que cobriu as Olimpíadas de 2012 e a cujo artigo nos referimos anteriormente), e o repórter olímpico da emissora, Adrian Warner (também responsável pela cobertura em Londres 2012), que teriam escrito um livro - como

²⁴² Ainda promoveremos a análise dos doze relatórios técnicos anexos a esse documento.

²⁴³ Cf. <<http://www.sportsjournalists.co.uk/category/olympics/>>.

²⁴⁴ Denúncias de envolvimento de membros do Comitê Olímpico Internacional em escândalo com mulheres e suborno para votar em favor da cidade americana como sede das Olimpíadas de 2002. O caso acabou com a expulsão de dez membros do COI.

ghostwriters - para um dos principais lobistas do mercado esportivo, Mike Lee. O perfil de Warner no LinkedIn indica que não mais trabalha para a BBC. Reportagem do jornal *The Guardian*²⁴⁵ informa que Bond deixou a emissora em 2014 e passou a integrar a equipe da empresa de Relações Públicas Milltown Partners, fundada por um dos ex-diretores do Google. Bourdieu (1997, p. 103) comenta sobre os efeitos “que diferentes poderes, e em particular instâncias governamentais, [provocam] não apenas pelas pressões econômicas que estão em condições de exercer, mas também por todas as pressões autorizadas [...] especialmente das fontes oficiais.” Na visão desse autor - cujo livro foi amplamente criticado pelos jornalistas franceses, quando de seu lançamento, por analisar criticamente o trabalho desses profissionais -, “o poder simbólico excepcional conferido às grandes autoridades” acaba por intervir no campo jornalístico. Não nos compete aqui analisar se as conexões entre os jornalistas da BBC e os lobistas olímpicos interferiram no conteúdo da cobertura, já que este não é nosso enfoque e, como defende Foucault (2003, p. 253), nas relações de saber/poder, não importa o sujeito falante, mas “examinar as diferentes maneiras pelas quais o discurso desempenha um papel no sistema estratégico em que o poder está implicado”. Importa-nos perceber dois universos de tensão em nosso hiperdispositivo: as relações que se desenvolvem entre os diversos atores ali estabelecidos e os atravessamentos *on* e *off-line*, uma vez que as denúncias de Jennings estão disponíveis para pesquisa, assim como os perfis no LinkedIn, Twitter desses profissionais, além de reportagem no *site* do jornal *The Guardian*, que nos permitem rastrear rapidamente suas conexões e caminhos. Se o poder, defende Foucault (2003), opera por meio do discurso, este discurso agora está revelado em perspectivas múltiplas, interconectado, lincado na lógica digital tensionadora do hiperdispositivo aqui defendido.

4.3.2 #NoLondon2012

Para buscar outras possíveis brechas, linhas de fratura ou ruptura, partimos para o nosso segundo movimento cartográfico. Com ele, pretendemos verificar possíveis fissuras ou dobras no processo de disputa para hospedar os Jogos Olímpicos em 2012.

²⁴⁵ THE GUARDIAN. BBC sports editor to leave post. 2 de maio de 2014. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/media/2014/may/02/bbc-sports-editor-david-bond>>. Acesso em: 2 fev. 2015.

Neste segundo movimento cartográfico, fizemos a busca da expressão “London bid Olympics” no *site* de busca <www.google.co.uk>, restrita ao período de 1º de janeiro de 1997 a 1º de julho de 2005, data que antecedeu a semana do evento de anúncio do vencedor em Singapura. Mergulhamos nos dez primeiros resultados²⁴⁶ da busca: cinco reportagens (BBC, *Daily Mail* e *The Guardian*), quatro relatórios oficiais (*site* do Comitê Olímpico Internacional, Comitê promotor da campanha, *sites* do governo e parlamento britânicos) e uma notícia publicada em uma página chamada Games Bid.

Os resultados foram divididos no Diagrama, por nossos subcampos de pesquisa: visualidades, territorialidades e temporalidades. Por eles, foi possível identificar linhas de força (verdes) e de tensão (vermelhas) no entorno desses três universos. As denúncias relativas às visualidades do processo de candidatura de Londres às Olimpíadas se relacionam, principalmente, aos altos custos do investimento e à manipulação das populações das áreas onde ocorreriam as grandes obras olímpicas. As possíveis fissuras, entretanto, são suplantadas em volume pelas matérias jornalísticas elogiosas, em que o discurso olímpico predomina e diz respeito à união da Nação, às manifestações pró-Londres como verdadeiros espetáculos pré-olímpicos, conectando linhas visuais às temporais ou territoriais, como mostra o Diagrama 5.

Entretanto, como nos propusemos com nossa cartografia a seguir o fluxo das disputas, aqueles que, na visão de Foucault (1979), movimentam as relações de saber/poder de um dispositivo, optamos por desvelar os indícios de conflito no diagrama cartografado.

Muito embora os relatórios oficiais e as reportagens sobre o tema retratem um jogo astuto, de alianças e conquistas apaixonadas, o Comitê Local investiu cerca de 45 milhões de dólares nesta competição prévia, contra 20 milhões previstos inicialmente, segundo reportagem do *The Guardian*²⁴⁷. Tratou-se de um amplo processo de *lobbying*, construção de discursos e alianças, mas também de disputas em âmbito local e internacional.

²⁴⁶ Estudos de SEO mostram que 91,5% do tráfego de buscas que levam a *sites* provêm da primeira página de resultados do Google. A segunda página gera apenas 4,8%, a terceira 1,1% e praticamente não há movimento a partir dessa página de resultados. Informações disponíveis em: <<http://searchenginewatch.com/sew/study/2276184/no-1-position-in-google-gets-33-of-search-traffic-study>>. Acesso em: 1º jan. 2015.

²⁴⁷ Cf. <<http://www.theguardian.com/uk/2003/may/15/london.olympicgames>>.

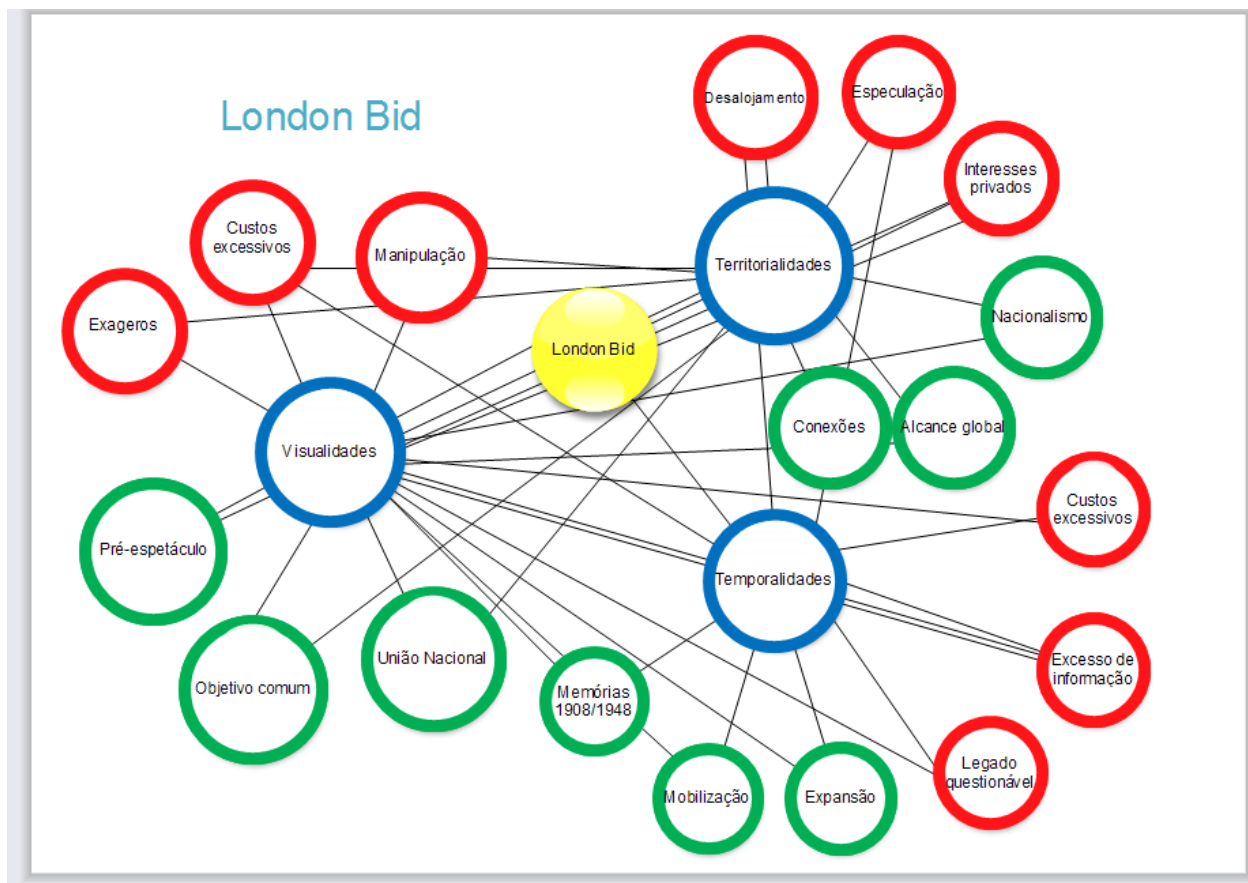


Diagrama 5: Mapeamento da candidatura de Londres como sede dos Jogos Olímpicos de 2012 e suas linhas de tensão.

Fonte: Autoria própria.

Uma curva de visibilidade foi cuidadosamente construída, com distribuição de amplo material informativo, em um dia dedicado à campanha nomeada Back the Bid, divisão de times de influência, utilização de desportistas populares como porta-vozes internos e até de Nelson Mandela no exterior (LOCOG, 2012). (Fig. 27) O primeiro-ministro, Tony Blair, e sua esposa convocaram a imprensa internacional para vender a imagem de renovação de uma região carente de Londres, Stratford. Trinta crianças do distrito foram levadas a Singapura, onde aconteceu a cerimônia de indicação da cidade-sede.

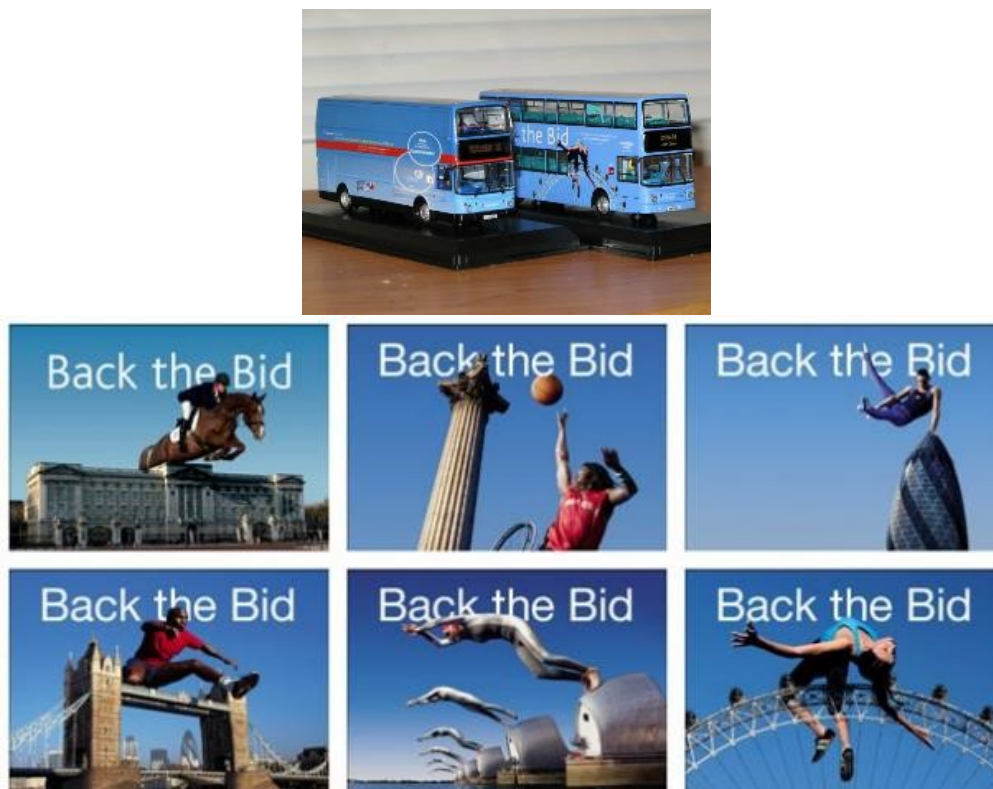


Figura 26: Agressiva campanha Back the Bid em Londres.
Fonte: Comitê da campanha.

De acordo com o Relatório Oficial, o conceito por detrás da candidatura girou em torno de cinco eixos, todos relacionados às visualidades, territorialidades e temporalidades: proporcionar uma experiência de vida única para os atletas; deixar um legado para o esporte no Reino Unido; beneficiar a comunidade por meio da regeneração urbana; apoiar o COI e o Movimento Olímpico; construir espaços compactos, emblemáticos e bem conectados (LOCOG, 2005).

Entre as promessas do relatório de candidatura, está o compromisso com um grande espetáculo midiático.

Os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos são eventos para serem valorizados. Londres vai proteger e melhorar os Jogos. Para fazer isso, vamos aproveitar alguns dos maiores patrimônios da cidade: usando marcos emblemáticos e históricos para criar imagens de televisão memoráveis, tirar proveito da rica vida cultural de Londres e fazer o máximo de nossa habilidade para entregar pompa, com um toque contemporâneo. Como um centro de mídia global, Londres está idealmente posicionada para transmitir a emoção e espetáculo dos Jogos para a maior audiência de todos os tempos; vamos inspirar novos

devotos olímpicos, especialmente os jovens; e estimular o interesse pelos esportes no Reino Unido e além (LOCOG, 2005, p. 24, tradução nossa).²⁴⁸

Conforme consta do Terceiro Relatório do Comitê de Cultura, Mídia e Esportes, "A London Olympic Bid for 2012", datado de 2003, a candidatura de Londres não foi consensual. Os custos reais e completos não foram tornados públicos desde o primeiro momento. Das 250 páginas confidenciais do relatório oficial, apenas 12 foram largamente distribuídas como resumo, o que levou os conselheiros a clamarem por um amplo debate público sobre o tema.

Em 2004, notícia publicada na página de esportes do *site* da BBC News²⁴⁹, indicando o jornalismo, e particularmente a BBC, como uma das forças relevantes que permeiam nosso hiperdispositivo, trouxe resultado de uma enquete na qual se perguntava a opinião dos usuários sobre "quem deveria hospedar as Olimpíadas de 2012". Por aquela época, inexistiam os *sites* de redes sociais e as pesquisas de opinião eram realizadas em forma de comentário/fórum. Ao todo, foram selecionadas 52 respostas. Destas, apenas sete apoiavam os Jogos em Londres. Quinze pessoas se disseram contrárias e o restante apontou outros lugares no mundo, como Rio, Paris, Moscou, Nova Iorque e Istambul como sedes ideais. As vozes antagônicas, argumentavam a incompetência administrativa de Londres para resolver os problemas de mobilidade urbana, educação, consumo de drogas, conectando mais uma vez o ambiente *on-line* com o megaevento e a vida *off-line*, em linhas de tensão reveberadas pela BBC. Em muitos dos argumentos positivos, era possível encontrar eco ao discurso oficial de paz, amizade entre as nações, Olimpíadas como catalisadora do desenvolvimento econômico e revitalização urbana. Opiniões discordantes e consonantes em lógicas complementares reforçam o caráter híbrido das forças em movimento no ambiente contemporâneo de comunicação, capazes de tensionar as verticalidades características das mídias de massa, assim como os discursos quase uníssonos sobre as Olimpíadas, propagados pelas televisões em período pré-internet.

²⁴⁸ The Olympic and Paralympic Games are events to be cherished. London will protect and enhance the Games. To do this, we will capitalise on some of the city's greatest assets: using iconic and historic landmarks to create memorable television images, tapping into London's rich cultural life and making the most of our skill for delivering pageantry with a contemporary flair. As a global media centre, London is ideally placed to convey the excitement and spectacle of the Games to the largest audience ever; inspiring new Olympic devotees, particularly among the young; and stimulating fresh interest in sport in the UK and beyond.

²⁴⁹ Cf. <http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/olympics_2004/olympics_2012/3393681.stm>.

Em nosso terceiro movimento cartográfico de mapeamento das linhas que atravessam o hiperdispositivo, ampliamos nossa observação para o período pós-anúncio da vitória de Londres como sede dos Jogos de Verão 2012, por meio da busca pelas palavras-chave “London bid Olympics”, no *site* de busca <www.google.co.uk>, restrita ao período 1/7/2005 a 31/12/2005; imergimos no conteúdo dos 10 primeiros resultados.

Conquanto no discurso oficial transpareça uma onda de suporte unânime à candidatura, o movimento cartográfico revela desavenças e contradiscursos relevantes, com reflexo na mídia e no jornalismo, inclusive da BBC.

Esse mapeamento expôs, além de reportagens em tons de empolgação e muitas fotografias de comemoração em Londres, alguns questionamentos invisíveis até então. Entre os argumentos contrários à candidatura, naquele momento, estavam a expectativa de aumento nos preços de aluguel²⁵⁰; as reclamações contra o imposto de 20 libras/ano infligido às famílias para ajudar a pagar a conta dos Jogos²⁵¹; as denúncias de que o processo teria sido uma combinação entre o responsável pela coordenação da campanha London 2012, ex-medalhista Lord Coe, e seu amigo Antonio Samaranch, presidente do IOC²⁵²; o alto preço da campanha²⁵³.

Em uma apresentação de *slides* hospedada no *site* da Royal Geographic Society²⁵⁴, com o título “Por que Londres foi escolhida para sediar a Olimpíada de 2012 (... e esta foi uma boa escolha?)”, encontramos o desabafo do escritor Iain Sinclair:

É brutalizante: a escala de tempo, o fato de que foi imposto de cima, a consulta foi uma farsa, e a promessa deste legado - que é o quê? É o Shopping Westfield, basicamente. Você já esteve lá? Horrendo. Drena o seu sangue em segundos. Então eles têm a coragem de chamar Parque do Povo. O que eles pensam que estava lá antes? Era Parque do Povo: pescadores, observadores de pássaros, os futebolistas. Agora todos eles se foram, por isso é o oposto (SINCLAIR, s.d, s.p., tradução nossa).²⁵⁵

²⁵⁰ Cf. <http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/front_page/4655555.stm>.

²⁵¹ Cf. <http://www.rgs.org/NR/rdonlyres/1E506FE2-3179-439C-81F2-B43D0B97D058/0/CGT_NetRaising_8Olympicpresentation.pdf>.

²⁵² Cf. <http://www.chinadaily.com.cn/language_tips/2007-03/23/content_835115.htm>.

²⁵³ Cf. <<http://www.nytimes.com/2005/07/06/sports/othersports/06cnd-olympic.html?pagewanted=all>>.

²⁵⁴ Disponível em: <http://www.rgs.org/NR/rdonlyres/1E506FE2-3179-439C-81F2-B43D0B97D058/0/CGT_NetRaising_8Olympicpresentation.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2014.

²⁵⁵ It's brutalising: the time scale of it, the fact it was imposed from above, the consultation a farce, and the promise of this legacy – which is what? It's Westfield shopping mall, basically. Have you been there? Horrendous. Drains the life blood out of you in seconds. Then they have the nerve to call it the People's Park. What do they think was there before? It was the people's park: anglers, birdwatchers, footballers. Now they're all gone, so it's the opposite.

Partindo do princípio aqui defendido, de que os dispositivos se movimentam em processos conflituivos (FOUCAULT, 1999), optamos por seguir a trilha desse discurso (e dos silêncios, não ditos, por ele revelados), verificar onde teria sido publicado originalmente, sua repercussão nas mídias, se poderia configurar uma linha de força relevante, sua intensidade, atravessamentos (FOUCAULT, 1999; PRADO FILHO; TETI, 2013). Utilizando parte do texto citado entre aspas no Google UK, chegamos a uma entrevista com Sinclair, no jornal *The Guardian* (2009), primeiro resultado na busca, revelando a força dos arquivos jornalísticos na conexão entre temporalidades, territorialidades e modos de ver o que se passou em Londres 2012. Não se trata, portanto, de uma fala isolada, independente da rede de discursos em torno das Olimpíadas, mas de uma crítica reverberada pelo e no dispositivo jornalístico, o que nos faz considerar essa personagem como mais uma alavanca de deslocamento em nosso processo cartográfico. Durante a conversa, a jornalista Rachel Cooke e Sinclair passam defronte às obras dos apartamentos prometidos como legado olímpico. “Eles fazem parte da enxurrada de obras de construção, que começou durante o *boom*, e na sequência da candidatura olímpica, mas que agora parecem não só feios, mas desequilibrados também.” (COOKE, 2009, s.p.). A reportagem relata o fato de o autor ter sido banido das livrarias por ordem do presidente da Câmara Municipal, Jules Pie, por ser considerado anti-Olimpíadas, depois de um artigo escrito por ele para o *London Review of Books*. Considerando a força desse sujeito e o fato de seu discurso perpassar três dos nossos dispositivos (esportivo, jornalístico e midiático), optamos por mapeá-lo, seguindo os fios dessa nova denúncia. A busca por “Iain Sinclair Olympics” nos leva de imediato ao citado artigo da *London Review of Books*, com o título “The Olympics Scam”, publicado em 2008. Nele, o autor refere-se às obras na região Leste de Londres, apresentadas pelo Comitê Olímpico local como um dos principais legados da Olimpíada de 2012.

Sou fascinado pelo casal de idosos chineses que circula todos os dias por mais de uma hora ao redor do perímetro da cerca do recém-estabelecido carpete muito verde do complexo desportivo, conseguido antes do grande evento. Uma enxurrada de generosidade, um gesto de compensação para aqueles que devem suportar anos de perfuração, poeira, escolas e teatros demolidos, banimento por empreendimentos habitacionais funcionais, mas inconvenientes. O bloco branco construído aparentemente da noite para o dia poderia ter sido concebido em qualquer lugar, para qualquer finalidade; ofuscante brancura complementado pelo azul profundo do interior, uma cor aspiracional e otimista, que devemos aprender a associar com a mensagem

culturalmente unificadora dos Jogos (SINCLAIR, 2008, p. 17, tradução nossa).²⁵⁶

Sinclair conta a história da região, refém de anos de projetos envoltos em denúncias de corrupção, e de como passou a constituir-se em objeto de desejo da especulação olímpica, ainda antes da data prevista para início das obras, em meio a denúncias de moradores locais contra a Autoridade de Desenvolvimento Olímpico (ODA). A justificativa oficial para a antecipação da intervenção foi a necessidade de um estudo arqueológico no local onde passaria uma autoestrada de doze pistas.

A ODA admitiu que duas trincheiras, de fato, tinham sido escavadas para investigação "arqueológica", com ossos de animais e latas de cerveja fotografados e preservados; ao lado de, presumivelmente, alguns escombros de terraços explodidos na Segunda Guerra Mundial, sobre os quais os campos de futebol tinham sido construídos. "O patrimônio deve ser protegido." (SINCLAIR, 2008, p. 20, tradução nossa).²⁵⁷

As críticas de Sinclair se estendem às Olimpíadas em geral.

O golpe dos golpes sempre foram os Jogos Olímpicos: Berlim, em 1936, a Pequim, em 2008. Os motores de regeneração. Orgias de nacionalismo lacrimoso. Guerra por outros meios. Guerreiros-atletas assistidos por homens de terno e uniformes, por trás de óculos escuros. A linha de frente farmacêutica. Os vampiros químicos californianos administrando robôs contra aberrações laboratoriais estatais. Senhoras barbadas e adolescentes que nunca menstruam. Medalhas retornadas de desgraçados pegos no *dopping* repassadas a outros que não foram descobertos daquela vez. O fiasco do Millennium Dome [cassino construído no local] foi apenas um ensaio. O Santo Graal para os pensadores da era esporte-político-transcendente Olimpíada, as algemas de ouro de cinco aros, os anéis de fumaça por trás dos quais negociações poderiam ser realizadas em nome de cassinos e centros comerciais: com patrocínio de empresas, bandeiras agitadas e orçamentos infinitamente elásticos (qualquer questionamento, um ato de traição indizível) (SINCLAIR, 2008, p. 22, tradução nossa).²⁵⁸

²⁵⁶ I'm fascinated by the elderly Chinese couple who circle every morning for more than an hour around the perimeter fence of the newly laid, too green carpet of the sports complex, achieved in advance of the Great Event. An outwash of generosity, a compensatory gesture for those who must endure years of drilling, dust, demolished schools and theatres, banishment from functioning but inconvenient housing developments. The white block-building, assembled overnight it seems, could have been designed anywhere for any purpose; blinding whiteness complemented by the deep blue of the interior, an aspirational and upbeat colour that we must learn to associate with the culturally unifying message of the Games.

²⁵⁷ The ODA admitted that two trenches had indeed been dug, for 'archaeological' research, animal bones and beer cans photographed and preserved; along, presumably, with the rubble of terraces blitzed in the Second World War over which the football pitches had been laid. 'The heritage must be protected'.

²⁵⁸ The scam of scams was always the Olympics: Berlin in 1936 to Beijing in 2008. Engines of regeneration. Orgies of lachrymose nationalism. War by other means. Warrior-athletes watched, from behind dark glasses, by men in

Com relação a Londres, Sinclair nos dá pistas a serem seguidas sobre os custos sociais *off-line* a que se refere Broudehoux (2012).

Em bairros afetados por esse *game-show* de raiva em 2012 - empresas estabelecidas há muito tempo fechadas, viajantes expulsos dos acampamentos de Edgeland, portadores de títulos de locação decepcionados - houve reuniões, protestos, consultas. Assim que o Parque Olímpico foi cercado, e, portanto, perdas foram definidas e quantificadas, a cerca em torno do local se tornou um símbolo para a oposição e o foco para os grupos de discussão, como o seminário convocado pelo PNUK (Planners Network UK) realizado no clube de boxe na velha Limehouse Town Hall (SINCLAIR, 2008, p. 22, tradução nossa).²⁵⁹

Assim como denuncia Broudehoux (2012), Sinclair prossegue criticando as ações de camuflagem e sanitização dos espaços públicos, varrendo para longe aqueles que não servem aos propósitos olímpicos.

A pressão da regeneração, impulsionada asteroidicamente pelos Jogos Olímpicos, é tal que as zonas liminares, onde antes eram tolerados artistas empobrecidos e sem fígados, têm que transformar cada terreno baldio, cada ruína previamente despercebida e sem contrapartida em lucro. Para fornecer mais estatísticas habitacionais, é necessário expulsar aqueles que já tinham se virado para conseguir uma habitação. Caminhando pelo Regent's Canal a partir do Victoria Park, na manhã de 8 de maio de 2008, testemunhei outro despejo. Cerca de trinta policiais, com suas vans. Os oficiais de justiça, músculos contratados. Funcionários do Conselho de ternos escuros agarrando pranchetas erguidas. Estrondos altos, dobradiças triturradas, e a porta está derrubada (SINCLAIR, 2008, p. 22, tradução nossa).²⁶⁰

suits and uniforms. The pharmaceutical frontline. Rogue Californian chemists running their eye-popping, vein-clustered, vest-stripping robots against degendered state laboratory freaks. Bearded ladies and teenage girls who never have periods. Medals returned by disgraced drug cheats to be passed on to others who weren't caught, that time. The Millennium Dome fiasco was a low-rent rehearsal. The holy grail for blue-sky thinkers was the sport-transcends-politics Olympiad, the five-hooped golden handcuffs, the smoke rings behind which deals could be done for casinos and malls: with corporate sponsorship, flag-waving and infinitely elastic budgets (any challenge an act of naysaying treason).

²⁵⁹ In boroughs affected by this 2012 game-show rabies – long-established businesses closed down, travellers expelled from edgeland settlements, allotment holders turned out – there were meetings, protests, consultations. As soon as the Olympic Park was enclosed, and therefore defined, loss quantified, the fence around the site became a symbol for opposition and the focus for discussion groups, such as the seminar convened by PNUK (Planners Network UK) and held at the boxing club in the old Limehouse Town Hall.

²⁶⁰ The pressure of regeneration, steroidally boosted by the Olympics, is such that liminal zones that once tolerated impoverished artists and free-livers have to turn every wastelot, every previously unnoticed and unrequired ruin, to profit. To provide more statistical housing, it is necessary to unhouse those who have already fended for themselves. Walking down the Regent's Canal from Victoria Park, on the morning of 8 May 2008, I witnessed another eviction. Around thirty police, with attendant vans. Bailiffs, hired muscle. Council officials in dark suits clutching upraised clipboards. Loud bangs, crunched hinges, and the door is battered down.

O artigo de Sinclair foi compartilhado 143 vezes no Facebook e 84 no Twitter, configurando as mídias sociais, em perspectiva convergente, como uma linha de fuga que paulatinamente se torna linha de força na curva de visibilidade midiática, como ressaltam Alzamora, Rodrigues e Utsch (2014). Não é muito. Contudo, como aponta Foucault (1979), estamos em busca não dos grandes acontecimentos, mas dos periféricos, aqueles abafados pelo furor olímpico, capazes de constituir linhas de força incômodas a ponto de serem silenciadas, como tentaram fazer com Sinclair, interferindo em sua vida profissional por meio dos mesmos mecanismos passados de banimento e silenciamento. O Twitter, linha de fuga a conectar o universo horizontalizado das redes sociais com a lógica verticalizada do jornalismo tradicional, nos leva a um artigo no *The Guardian* (2011), evidenciando a força das conexões entre as várias instâncias *on-line*, na qual jornalismo e *sites* de redes sociais constituem a rede de relações e são por ela constituídos. As linhas de fissura no dispositivo olímpico atravessam o dispositivo jornalístico e os *sites* de mídias sociais, favorecendo a evidência transnacional e transversal (ALZAMORA; RODRIGUES, 2014) desse personagem na medida em que podemos acioná-lo do Brasil, movimento impossível em outras circunstâncias. Por outro lado, conforme observam essas autoras, também concorre para “fortalecer essas corporações de mídia nos processos contemporâneos de comunicação” (ALZAMORA; RODRIGUES, 2014, p. 3).

No artigo de 2011, ficamos sabendo um pouco mais sobre esse sujeito, cada vez mais relevante em nosso processo cartográfico. Descobrimos, por exemplo, tratar-se, ele próprio, de um cartógrafo de Londres, mapeando a cidade a pé ou de bicicleta, compondo longos romances e documentários urbanos. Ele doou todo o seu acervo de andanças à Universidade do Texas, em Austin, onde está sendo analisado e catalogado. A reportagem fala do livro de Sinclair, *Ghost Milk*, descrito pelo jornalista Robert MacFarlane (2011, s.p.) como “guiado pela raiva”: “raiva contra conjurações corporativas, cegueira cívica e orgias lacrimosas de nacionalismo”. Seu argumento mais imediato é justamente a Olimpíada 2012, reforçando linhas de fissura, antes apagadas e agora reveladas nas tramas do hiperdispositivo.

Seu alvo mais amplo são os projetos de valorização cívica que se aclamam como “regenerativos” e encontram sua expressão mais carismática em “grandes projetos” arquitetônicos: cúpulas, estádios, megaesculturas e supercidades. “Nós vivemos”, Sinclair escreve, “na Era GP”, e para ele o “GP” sempre será uma função do egoísmo e do lucro: um desejo por parte dos homens de ternos de deixar para trás um legado, e uma saudade por parte de desenvolvedores para fazer um dinheirinho rápido. “Leite fantasma” é o

termo de Sinclair para o lodo cultural que tais projetos exalam: todos esses documentos de entrega, esses objetivos estratégicos primários, aquelas maquetes e futuramas do mundo-a-ser (MACFARLANE, 2011, s.p., tradução nossa).²⁶¹

Essa reportagem fala também de uma outra, na qual MacFarlane teria entrevistado Sinclair em meio às obras pré-olímpicas. Nela são citadas bandeiras de resistência nos balcões do bairro, mais uma pista a ser buscada em nossa cartografia. Seguindo a pista visual, essa reportagem nos aponta novos caminhos cartográficos, de conexão entre os ambientes *on* e *off-line*. As cidades levam às redes, as redes nos direcionam às cidades.



Figura 27: Protestos nos muros de Londres.
Fonte: Dan Chung for The Guardian.

Por meio da URL²⁶² da imagem que ilustra a reportagem do *The Guardian*, utilizamos a busca de imagens por algoritmos de outras imagens no Google para chegarmos à relação entre as Olimpíadas e os grafites nas ruas de Londres em 2012, o que se revela como novo foco de resistência às Olimpíadas contra os processos sanitários de embelezamento urbano (BROUDEHOUX, 2012). (Figura 27) A possibilidade de pesquisa imagética por meio de algoritmos amplifica as conexões entre visualidades, temporalidades e territorialidades,

²⁶¹ his broader target is those projects of civic enhancement that acclaim themselves as "regenerative" and find their expression most charismatically in architectural "grand projects": domes, stadiums, mega-sculptures and super-cities. "We live," Sinclair writes, "in the GP Era", and for him the "GP" will always be a function of egotism and profit: a longing on the part of men in suits to leave behind a legacy, and a longing on the part of developers to make a quick buck. "Ghost milk" is Sinclair's term for the cultural ooze that such projects exude: all those delivery documents, those primary strategic objectives, those maquettes and futuramas of the world-to-be. "Ghost milk," he writes, means "CGI smears . . . Real juice from a virtual host. Embalming fluid. A soup of photographic negatives . . . The universal element in which we sink and swim."

²⁶² Cf. <http://i.guim.co.uk/static/w-620/h--/q-95/sys-images/Admin/BkFill/Default_image_group/2011/7/14/1310637787615/anti-Olympic-graffiti-007.jpg>.

muitas vezes apagadas nas ligações textuais, hiperconectando os ambientes *on* e *off-line*. Esta é uma possibilidade de expansão dos modos de ver (CRARY, 1992) características dos processos de convergência de mídias digitais.

Uma reportagem da BBC News em julho de 2012 registrou reclamações de grafiteiros em relação a obras artísticas de rua, expostas há anos, apagadas às vésperas do início dos Jogos em uma linha de fuga importante da conexão cidade/universo virtual. Se as obras foram apagadas no *off-line*, permanecem acesas na memória *on-line* (HUYSSSEN, 2010), em novas conexões visuais/territoriais/temporais a atravessar nosso hiperdispositivo jornalístico/midiático/esportivo. Embora o Comitê Local tenha vindo a público para dizer que não havia determinação de retirada dos grafites, grafiteiros registravam o rápido apagamento de qualquer obra ofensiva às Olimpíadas ou seus anunciantes. Uma destas obras, do artista de rua Mau Mau, pintada com autorização do dono do muro, denunciava o comercialismo, o desperdício de dinheiro e os problemas ambientais em Londres 2012. Foi removida em menos de uma semana. Porém, continua disponível e acessível nos arquivos *web*, no *site* da BBC. (Figura 28)



Figura 28: Grafite crítico às Olimpíadas de Londres, apagado em seis dias.
Fonte: BBC.

Essa reportagem levou a outra, da BBC.com, sobre a prisão bastante obscura de um artista de rua - Darren Cullen -, solto pouco depois sob a condição de “manter-se à distância mínima de uma milha de qualquer prédio olímpico, em Londres ou em qualquer outro lugar na Inglaterra” (BBC.com, 2012, s.p.). A mesma reportagem nos apresenta a figura do advogado Kieran O'Rourke, fonte da BBC. Curioso notar que a conexão entre fontes, característica do universo

jornalístico (BOURDIEU, 1997), apresenta-se em nossa cartografia enquanto nós da conexão *on* e *off-line*, muito embora Foucault defenda o apagamento dos sujeitos nos dispositivos.

O advogado questiona, como o faz Cashman (2003), a venda dos direitos fundamentais britânicos às Olimpíadas. “Ao trazermos os Jogos para cá - apenas um evento esportivo – estamos vendendo para fora nossos direitos fundamentais britânicos?” (O'ROURKE citado por BBC.com, 2012). O'Rourke nos encaminha a mais um ponto de conflito entre as normas - as medidas restritivas de segurança conectadas às Olimpíadas e os moradores de Londres - ao ser citado na reportagem como o advogado que representou os residentes do Leste de Londres na fracassada tentativa legal de evitar mísseis postados no topo de suas casas. (TOOHEY; TAYLOR, 2008). A própria página da BBC.com vincula-se a uma reportagem em vídeo sobre o tema, na qual outro advogado, David Enright, comenta a decisão da Alta Corte britânica: "A implicação clara do julgamento de hoje é que o Ministério da Defesa tem agora o poder de militarizar as casas privadas de qualquer pessoa, sem pedir permissão" (ENRIGHT in BBC, 2012 [vídeo], tradução nossa²⁶³). Vinte dias antes, moradores da região Leste da cidade tinham promovido uma passeata. Cerca de mil pessoas, segundo o repórter da BBC, Ben Geoghegan, assinaram uma petição contra a instalação dos mísseis. (Figura 29)

Nesse episódio, percebemos como o dispositivo jornalístico se configura em conexões *on* e *off-line*, não se reduzindo a nenhuma dessas instâncias, como destacam Alzamora e Rodrigues (2014). As curvas de visibilidade e de enunciação olímpicas se delineiam no embate entre linhas – de força, de fuga -, evidenciando-se nos discursos televisivos. Ao mesmo tempo em que trabalha em regime de lealdade com normas olímpicas, a BBC se apoia no evento para fortalecer a imagem independente de seu jornalismo. Essa relação se estreita na medida em que o IOC também se beneficia da credibilidade da emissora, ampliada por meio de pequenas “rebeldias” (THOMPSON, 2008), conformando linhas de fissura travestidas em força, que acabam por fortalecer curvas de visibilidade e enunciados.

²⁶³ "The clear implication of today's judgement is that the Ministry of Defence now has the power to militarise the private homes of any person."



Figura 29: Manifestação com cobertura do repórter da BBC Ben Geoghegan.
Fonte: BBC.

Retomamos alguns passos em nosso mapa – aqui entendido como um primeiro movimento metodológico de construção do atlas que constitui o hiperdispositivo em análise –, reencontramos o *site* <<http://www.gamesmonitor.org.uk>> e ali realizamos uma busca simples por “London 2012”. Um artigo de Kevin Blowe, de 26 de julho de 2012, com o título "Olympic Laws – a short guide for trouble makers" (Leis Olímpicas: um guia curto para criadores de problemas) chama a nossa atenção. Blowe (2012) explica a existência de dois Atos do Parlamento referentes às Olimpíadas: The Olympic Symbol Act 1995 e The London Olympic Games And Paralympic Games Act 2006. Os dois se destinam a promover proteção especial à marca olímpica e aos seus patrocinadores, acima de outras leis de *copyright* inglesas, em ambientes *on* e *off-line*.

A lei de 1995 criou uma 'Olympic Association Right' que pode ser aplicada quando o símbolo de cinco argolas, lemas dos Jogos e a palavra olímpico, olimpiano ou similares são usados sem autorização no exercício do comércio. A Lei 2.006 criou uma nova 'London Olympic Association Right' dando ao LOCOG o poder de impedir as associações não autorizadas com os Jogos. Também criou "expressões listadas" sob a forma de duas listas, A e B. Lista A contém as palavras *Jogos, dois mil e doze, 2012 e Vinte Doze* (Twenty Twelve). Lista B contém as palavras *Londres, Medalhas, Patrocinador, Ouro, Prata e Bronze* (e até mesmo a palavra "Verão"). O uso de quaisquer duas palavras da lista A com uma ou mais das palavras da lista B está proibido (BLOWE, 2012, s.p., tradução nossa).²⁶⁴

²⁶⁴ The 1995 Act created an 'Olympic Association Right' that may be infringed when the five-rings symbol, the Games' mottoes and the word Olympic, Olympian or similar words are used without authorisation in the course of trade. The 2006 Act created a new 'London Olympic Association Right' giving LOCOG the power to prevent unauthorised associations with the Games. It also created "Listed Expressions" in the form of two lists, A and B. List A contains the words Games, Two Thousand and Twelve, 2012 and Twenty Twelve. List B contains the words London, Medals, Sponsor, Gold, Silver and Bronze (and even the word "Summer"). Use of any two words in list A or any word in list A with one or more of the words in list B is not permitted..

O uso das palavras listadas, porém, foi liberado para artigos jornalísticos desde que não fossem classificados como “advertoariais”, um dos valores do jornalismo de qualidade, borrado quando as linhas entre os gêneros se diluem (JOST, 2010; THOMPSON, 2009; O’SULLIVAN; HEINONEN, 2008), principalmente no complexificado ambiente *on-line*. Afinal, o Movimento Olímpico tem na credibilidade jornalística da mídia impressa um de seus sustentáculos, ainda que em regime de tensionamento, como vimos em nossa genealogia. Historicamente, o jornalismo impresso tem sido repositório das mais contundentes críticas ao IOC, em todo o mundo, justamente por não estar envolvido em uma relação de interdependência como acontece com os canais de televisão, principalmente os parceiros.

No mesmo artigo, Blowe (2012) chama a atenção para os termos e condições inscritos nos *tickets*, com uma longa lista de restrições, abrangendo "impressos com conteúdo religioso, político ou ofensivo ou contrário à ordem pública e/ou aos bons costumes". Restringe também o que chama de “comportamento proibido”, o que compreende "atividade ou protesto relacionado a sindicatos, os temas políticos ou religiosos" e "transmissões não autorizadas e / ou gravação através do telefone celular " (BLOWE, 2012, s.p.).

Especificamente, há restrição para *upload* de vídeos para Facebook, Twitter ou Youtube: "um portador de bilhete não pode licenciar, transmitir ou publicar vídeo e / ou gravações de som, incluindo em *sites* de redes sociais e da internet de forma mais geral". Esta tem sido, até o momento, a diretriz do IOC em relação às tensões provocadas pelo embate entre a lógica verticalizada das mídias de massa e os ideais horizontalizados característicos dos comportamentos da audiência em contexto de convergência. Entretanto, embora proíba a publicação de vídeos, o próprio IOC procura fortalecer as plataformas *on-line*, por meio de um estreitamento das relações, tanto com os veículos de lógica verticalizada, quanto com aqueles de lógica de compartilhamento, o que corrobora a visão de Alzamora e Rodrigues (2014, p. 4) sobre a dificuldade de se fugir “da mediação totalizante das corporações de mídia”, sejam elas provenientes de uma ou de outra lógica.

Para Hutchins e Rowe (2009), o que está em jogo é a mudança nas relações de produção midiática, ao passar de uma “escassez transmissiva”, característica da televisão, para uma “plenitude digital”. “A exclusividade dos direitos de cobrir esportes populares na televisão tem garantido valor econômico ao longo da Era Transmissiva, com os esportes oferecendo conteúdo confiável, atraente e lucrativo.” (HUTCHINS; ROWE, 2009, p. 9). Enquanto a

televisão podia ser facilmente controlada em termos de proteção dos direitos de exclusividade sobre as imagens, por meio do domínio tecnológico, acesso restrito às fontes de vídeo e concentração de mercado, os mecanismos de distribuição de conteúdo *on-line* estão reestruturando a economia de conteúdo esportivo, o que envolve a facilidade com que o público presente às arenas registra e compartilha imagens instantaneamente, apropriando-se também do conteúdo oficial, profanando-o, nos dizeres de Agamben (2005), numa lógica própria da horizontalidade midiática em regime convergente.

Sobre as estratégias de “administração e proteção de marcas” (JOST, 2010), no relatório oficial, os organizadores se referem à premissa de “Education not litigation”, que pode ser traduzido livremente como “educar, não processar”. De acordo com o Comitê Local (LOCOG), foi produzido um guia completo com “orientações claras” sobre a Regra 40 da Carta Olímpica, o qual tem servido de modelo para vários Comitês locais. A proposta, segundo eles, era “facilitar a apropriação do uso da marca em setores não comerciais, para possibilitar entusiasmo e engajamento” (IOC, 2013b, p. 34).

Entretanto, a Regra 40²⁶⁵ foi criticada inclusive pelos atletas, já que o “guia de estilo e comportamento” do IOC recomendava que qualquer disseminação de conteúdo relacionado aos jogos deveria ser “digna, de bom gosto e não deveria incluir palavras vulgares e imagens obscenas.” Foram autorizadas fotos dentro da Vila Olímpica, mas não vídeo ou áudio. Outro ponto importante foi que os atletas ficaram proibidos de “promover qualquer marca, produto ou serviço em um blogue, ou Twitter” associado com a sua participação nos Jogos.

Diz a regra:

Exceto conforme permitido pelo Conselho Executivo do COI, nenhum atleta, treinador, instrutor ou funcionário que participa dos Jogos Olímpicos pode permitir que sua pessoa, nome, imagem ou *performances* desportivas sejam utilizados para fins de publicidade durante os Jogos Olímpicos (IOC, s.d, tradução nossa²⁶⁶).²⁶⁷

²⁶⁵ A regra e seu conteúdo estão disponíveis em: <<http://www.olympic.org/Documents/Various/MODERATION-GUIDELINES-FOR-SOCIAL-FINAL.pdf>>.

²⁶⁶ Except as permitted by the IOC Executive Board, no competitor, coach, trainer or official who participates in the Olympic Games may allow his person, name, picture or sports performances to be used for advertising purposes during the Olympic Games

²⁶⁷ A Norma 40 está disponível na íntegra em:

<https://www.dosb.de/fileadmin/Bilder_allgemein/Veranstaltungen/Sotschi_2014/Rule_40.pdf>.

Essa determinação apresentou-se como uma das mais significativas linhas de fissura na relação entre atletas e IOC, repercutida *on* e *off-line*, na campanha #wedemandchange2012, capitaneada pelos competidores americanos (Figura 30). Este foi o primeiro movimento de rebeldia interna das Olimpíadas revelado por meio das redes sociais *on-line*.

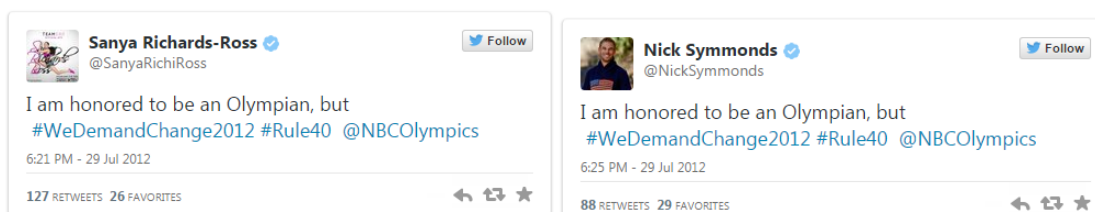


Figura 30: A campanha #wedemandchange2012 envolveu também a NBC por causa de duas íntimas conexões comerciais entre o IOC e os anunciantes do TOP Programme.

Fonte: <<https://storify.com/kiratiana/u-s-athletes-initiate-social-media-protest-against>>.

A atleta Sanya Richards-Ross foi responsável pelo primeiro tuíte, no dia 29 de julho de 2012. Nicky Symmonds, corredor, também publicou no microblogue. Em duas horas, 209 pessoas aderiram à campanha. Isto é, não apenas os atletas, mas fãs de todo o mundo, configurando uma aproximação *on-line* em geral limitada no *off-line*. Demorou, mas a campanha deu resultado, provocando uma brecha ²⁶⁸ importante no movimento olímpico, afeito historicamente ao regime punitivo.

Retornando ao artigo de Blowe (2012), encontramos mais uma referência a protestos, desta vez por meio de uma Official Protester t-shirt, cujo *hiperlink* nos leva ao seu blogue e à imagem da camisa, em mais uma linha de fissura relacionada ao embate entre lógicas comunicacionais distintas, embora complementares, como temos visto em nosso hiperdispositivo. (Fig. 32)

²⁶⁸ Em fevereiro de 2015, o Comitê Olímpico Internacional se reuniu no Rio de Janeiro para discutir mudanças na Norma 40. A decisão final será tomada em reunião em Kuala Lumpur, marcada para julho de 2015, e poderá entrar em vigor nas Olimpíadas de 2016.



Figura 31: Camisa de manifestante oficial contra os Jogos Olímpicos de Londres.
Fonte: <<http://www.blowe.org.uk/2012/05/meet-olympics-official-protesters.html>>.

Seguimos o rastro da imagem, dentro da nossa proposta cartográfica de conectar os nós de conexão *on-line* e *off-line*, e chegamos à URL <<http://www.protestlondon2012.com/>>. Porém, o conteúdo já não está *on-line*. Buscamos mais informações pesquisando “Protest London 2012” no Google UK. Curiosamente, não há cópia em *cache* no Google. A busca nos encaminha ao *site* da campanha <<http://www.defendtherighttoprotest.org>>, que nos remete a mais uma manifestação *off-line*.

Defender o direito de protestar foi lançado em resposta às táticas violentas da polícia e prisões nos protestos estudantis de novembro e dezembro de 2010, com o apoio de ativistas, parlamentares, sindicalistas, grupos de estudantes e outros. Fazemos campanha contra a brutalidade policial, Kettling²⁶⁹ e o uso da violência contra os que têm o direito de protestar. Fazemos campanha para defender todos os manifestantes que foram detidos, resgatados ou acusados e estão lutando para limpar seus nomes (DEFENDE THE RIGHT TO PROTEST, 2011, s.p ., tradução nossa).²⁷⁰

²⁶⁹ Técnica de confinar o grupo de manifestantes em uma pequena área como método de controle durante manifestações, utilizada pela polícia brasileira nos protestos de 2013.

²⁷⁰ Defend the Right to Protest was launched in response to violent police tactics and arrests at the student protests of November and December 2010, with the support of activists, MPs, trade unionists, student groups and others. We campaign against police brutality, kettling and the use of violence against those who have a right to protest. We campaign to defend all those protestors who have been arrested, bailed or charged and are fighting to clear their names.

Acessamos no *site* os arquivos de julho de 2012, mês de início dos Jogos. A primeira matéria, de 31 de julho, tem por título "Protestos em Londres: policiamento de mão pesada é uma afronta aos direitos" e discorre sobre a prisão de 182 pessoas durante um "Passeio Crítico de Bicicleta", na noite de abertura dos Jogos. (Figura 32)



Figura 32: Manifestante preso nos arredores do Parque Olímpico na noite da Cerimônia de Abertura.
Fonte: <<http://www.defendtherighttoprotest.org/london-2012-protests-heavy-handed-policing-is-an-affront-to-rights/>>.

No entanto, a perturbadora prisão em massa de ciclistas na sexta-feira não deve ser vista como uma reação exagerada isolada da polícia. É a mais recente mostra de uma atitude que demonstra tolerância extremamente baixa à dissidência no período até os Jogos de Londres 2012. Já em abril deste ano, vimos o primeiro "Olympic Asbo" entregue, o que impediu Simon Moore, preso por protestar contra a construção de instalações de basquetebol em Leyton Marsh, de "se aproximar de qualquer sede olímpica, atividade ou oficial". [...] As prisões que antecederam os Jogos incluíram pessoas que não têm ligação com campanhas anti-Olimpíadas, como vários artistas ex-grafiteiros (OASIM, 2012, s.p., tradução nossa).²⁷¹

À medida em que aprofundamos nos nós de conexão *on-line*, afloram outras manifestações *off-line* complexificando o enredamento "na interface porosa entre ruas" (ALZAMORA; RODRIGUES; UTSCH, 2014) e conexões digitais, marca dos processos contemporâneos de comunicação, como temos visto.

²⁷¹ However, the disturbing mass arrest of cyclists on Friday should not be seen as an isolated over-the-top reaction from the police. It is the latest low point of an attitude that demonstrates extremely low tolerance for dissent leading up to the London 2012 Games. As early as April this year we saw the first "Olympic asbo" handed out, which prevented Simon Moore, arrested for protesting against the construction of basketball facilities on Leyton Marsh, from "approaching any Olympic venue, activity or official". The conditions of this order would soon become the model for bail conditions given to many protesters arrested in the months leading up to the Games, at times even including those with no link to anti-Olympics protesting, such as a number of ex-graffiti artists.

Vamos em busca da conexão para compreender o significado de Olympic Asbo e chegamos à reportagem do *The Guardian*²⁷², de abril de 2012, com o título "Protester receives Olympics Asbo", em mais um atravessamento do dispositivo jornalístico em nosso hiperdispositivo. Asbo, informa a reportagem, significa Antisocial Behaviour Order, utilizado pela Scotland Yard para realizar prisões preventivas contra protestos relacionados aos Jogos. Moore, informa a matéria, fazia parte de um grupo de moradores e pessoas ligadas ao movimento Occupy, que acamparam em protesto contra a construção de uma quadra de basquete no Leste de Londres. A BBC também noticiou o caso com a chamada "Protester barred from all Jubilee and Games events", mas em nenhum momento utiliza a denominação Olympic Asbo.

Assim como Alzamora e Rodrigues (2014, p. 3), vemos nos protestos relacionados aos Jogos Olímpicos de Londres um dispositivo dentro do nosso hiperdispositivo, que se configura "em conexões on e off line, não sendo redutível a quaisquer destas instâncias". Trata-se, como analisam as autoras, de "curvas de visibilidade e de enunciação, delineadas no embate entre linhas de força ou de sedimentação e de fuga ou de fissura" que se evidenciam no "compartilhamento de registros produzidos por jornalistas e por manifestantes" (ALZAMORA; RODRIGUES, 2012, p. 3).

Entretanto, não temos a intenção de mapear as diversas discórdias relacionadas a Londres 2012 porque nosso foco está nas estratégias de cobertura da BBC e não nos diversos eventos que constituíram o conteúdo dessa cobertura. Uma pesquisa específica²⁷³ sobre o tema poderia, por exemplo, analisar todas as reportagens publicadas no The Games Monitor, buscando cartografar as redes de disputa configuradas durante os Jogos. No nosso caso, avançaremos na compreensão de outras ramificações.

4.3.2.1 Relações do IOC com os profissionais da mídia

Para compreender as relações estabelecidas entre mídia, esportes (Olimpíadas) e jornalismo, acionamos os enunciados do IOC e do comitê local, cujo objetivo é disciplinar, por meio de

²⁷² THE GUARDIAN. *Protester receives Olympics asbo*. 17 de Abril de 2012. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/society/2012/apr/17/protester-receives-olympic-asbo>>. Acesso em: 27 mar. 2015.

²⁷³ Embora não siga a mesma metodologia, Sadd (2013) lista todos os protestos relacionados às Olimpíadas de Londres em 2012.

normas restritivas e organizadoras, a atuação dos jornalistas e a relação com as diversas mídias em ambiente olímpico, além das entrevistas realizadas com jornalistas olímpicos por e-mail ou pessoalmente. Por acordo com esses jornalistas, alguns deles não serão identificados nominalmente.²⁷⁴

Os seguintes documentos oficiais (Figura 33) normalizam a relação entre mídia, jornalismo e Olimpíadas: Manual de credenciamento; Guia de mídia e de marketing; Direcionamentos para uso de mídias sociais, blogs e internet; Manual de credenciamento da imprensa.



Figura 33: Manuais normativos London 2012.
Fonte: IOC.

²⁷⁴ Os jornalistas olímpicos entrevistados e que se identificaram foram: Glenda Korporaal - Olympic correspondent for the *Sydney Morning Herald* (Austrália); Neil Breen – Australian Olympic correspondent Channel 9 (Austrália); Howard Berkes – American Journalist senior Olympic correspondent for NPR (Estados Unidos).

De acordo com o manual de credenciamento de mídia 2012, membros da Família Olímpica que necessitassem de visto para entrar no Reino Unido poderiam requisitar uma categoria especial, o Olympic Games Visit Visa. Em 2013, entrevistamos um jornalista olímpico brasileiro sobre as relações com o IOC. Veterano na cobertura dos Jogos, relatou-nos sobre sua chegada ao aeroporto de Pequim para a cobertura de 2008. Encontrava-se em uma longa fila de imigração quando, para sua surpresa, um dos voluntários dos Jogos veio ao seu encontro, retirando-o dali por ter sido identificado como integrante da “Família Olímpica”. Esse tratamento diferenciado, como uma pequena regalia, no nosso entendimento, pode ser identificado como fator de aresta em uma cobertura jornalística. Este é o caso da BBC. Quando questionamos um jornalista da emissora sobre possíveis restrições de acesso a fontes no ambiente olímpico, reclamação recorrente entre repórteres de empresas que não possuem os direitos de transmissão, a resposta foi: não quando se trata da BBC. Ao longo da nossa pesquisa, deparamo-nos com vários indícios desse desvio enquanto um “forro” bastante viciado nesse feixe de relações. Como vimos anteriormente, os vínculos do IOC com o jornalismo se equilibram, nas tênues linhas do controle, por meio do tratamento diferenciado e dos embates, essenciais para garantir a credibilidade do próprio movimento olímpico. Essa relação secular, entretanto, se complexifica com as denúncias *on-line* sobre os bastidores dessa ligação, como vimos nas denúncias de Jennings (2012) em relação à Associação dos Jornalistas Olímpicos.

Ainda de acordo com o manual citado, mesmo estando credenciado (processo longo e burocrático) um jornalista não tem garantia de acesso aos locais das provas, principalmente as mais concorridas. Em Londres, um sistema de *tickets* determinou quem podia e quem não podia entrar nessas arenas. Este tem sido mais um mecanismo de controle do IOC sobre o trabalho dos jornalistas. Segundo Berkes²⁷⁵, o tratamento diferenciado entre distintas “categorias” de jornalistas pode levar profissionais à dependência da ajuda de colegas para conseguirem alguma declaração dos atletas.

Apenas credenciamentos dos tipos RTa (Administradores Sênior dos detentores de direitos), RTb (produtores e técnicos de detentores de direitos), HBa (Administradores Sênior da

²⁷⁵ Howard Berkes, jornalista olímpico americano, em entrevista à autora.

emissora oficial) e HBb (Produtores e técnicos da emissora oficial) estavam sujeitos a receber *tickets*; RTc (Técnicos do International Broadcast Centre de apoio às emissoras parceiras) e HBc (Técnicos do International Broadcast Centre de apoio à emissora oficial) não participam das coberturas com alta demanda. (Fig. 35)

7.4 Privilege matrix

Category	Population	Venue access	Zone access	Transport
RTa	Senior Management Personnel of Rights Holders	ALL MPC/IBC OLV with guest pass	4, 5, 6 RED 2, BLUE according to needs	T-M
RTb	Production and Technical Personnel of Rights Holders	ALL MPC/IBC OLV with guest pass	4, 5 RED 2, BLUE according to needs	T-M
RTc	IBC Support Personnel of Rights Holders	MPC/IBC or according to needs	n/a	T-M
HBa	Senior Management Personnel of Host Broadcaster	ALL MPC/IBC OLV with guest pass	2, 4, 5, 6 BLUE	T-M
HBb	Production and Technical Personnel of Host Broadcaster	According to needs MPC/IBC OLV with guest pass	4, 5 RED 2, BLUE according to needs	T-M
HBc	IBC Support Personnel of Host Broadcaster	MPC/IBC	n/a	T-M

Table 8: Broadcast categories

Figura 34: Categorias de credenciamento para emissoras de rádio e TV.

A categoria Press de credenciamento incluiu: agências internacionais de notícias, empresas de televisão ou rádio que não compraram direito de transmissão (ENR) e outros órgãos de imprensa credenciados diretamente pelo IOC.

Em Londres, foi introduzida uma série de Novas Regras Aplicáveis para Transmissão dos Jogos Olímpicos. Essas normas foram enviadas a todas as empresas não detentoras dos direitos de transmissão em seus territórios e determinava:

Apenas as organizações às quais tenha sido concedido o direito pelo COI para transmitir os Jogos Olímpicos para um determinado território ("detentor dos direitos") pode fazê-lo. Nenhuma outra organização pode transmitir som ou imagens em movimento de qualquer evento de Jogos, incluindo locais de treinamento, ação desportiva, as Cerimônias de Abertura e Encerramento, cerimônias de premiação, zonas mistas, entrevistas ou outras atividades que ocorrem em locais olímpicos, incluindo o Parque Olímpico de Domínio Comum, Vila Olímpica e Village Square, exceto conforme permitido por esta regra, conforme estabelecido a seguir. Estas regras aplicam-se a todas as formas de transmissão, incluindo a televisão (free-to-air e Pay TV, cabo, satélite, vídeo sob demanda, canais digitais, multicanais digitais e serviços como o News Active ou Sports Active), rádio, internet, plataformas móveis ou outras mídias interativas ou meio eletrônico (COI, 2011, p. 1).

Além disso, em 2012, as regras para divulgação de imagens em noticiários de empresas não detentoras dos direitos ficou ainda mais restrita: somente seis minutos ao dia, em programas identificados como noticiosos. Três programas por dia e não mais do que dois minutos por programa, com uma separação de três horas entre eles. Não mais do que um terço de qualquer evento individual podia ser utilizado, ou 30 segundos, o que fosse menor.

As emissoras All News e dedicadas aos esportes podiam fazer uso de imagens em até seis programas por dia, sem ultrapassar um minuto por programa, com boletins separados por no mínimo duas horas.

E ainda: as imagens só poderiam ser mostradas três horas após a exibição pelas empresas detentoras dos direitos de transmissão. Se as imagens não fossem exibidas pela emissora oficial, as demais deveriam aguardar um dia antes de exibi-las e, ainda assim, inserir a marca da outra empresa nas imagens. Esse controle temporal é uma forma de disciplinamento rigorosa quando se trata da programação televisiva, em que o valor está no menor tempo decorrido entre o evento e a sua transmissão (JOST, 2010).

Segundo Whittker (2012), os apresentadores da ABC News chegaram a informar no ar sobre as restrições dizendo estar com "as mãos amarradas" (WHITTKER, 2012, s.p.). Uma saída para as emissoras foi mostrar fotografias, o que teria levado a um efeito de *slideshow* nas coberturas, interferindo na estética das televisualidades (JOST, 2010).

Nenhuma dessas questões transparece no especial sobre as Olimpíadas de Londres publicado pelo Museu Olímpico de Lausanne, uma espécie de braço virtual do Museu sobre a história da cobertura midiática olímpica. O projeto se chama LIVE! Broadcasting the Olympic Games, destacando a importância das transmissões ao vivo enquanto trunfo televisivo (JOST, 2010),

principalmente em eventos midiáticos globais (DAYAN; KATZ, 1992; HEPP; COULDRY, 2010; DAYAN, 2010). Embora disponível em uma mídia de lógica potencialmente horizontalizada, os comentários não são permitidos e predomina uma curva de visibilidade isenta de atravessamentos.

Diz a página de entrada do LIVE!: “Do fim do século XIX até os dias atuais, LIVE! lhe oferece a chance de seguir os principais estágios do *boom* tecnológico [visualidades] que expandiu o acesso aos Jogos Olímpicos para fora do estádio [territorialidades]: 1900, 1920, 1936, 1960, 1970, 1980 e 2012.” (THE OLYMPIC MUSEUM, 2014, s.d, tradução nossa)²⁷⁶. E prossegue tratando sobre o significado dessa evolução numa temporalidade controlada, não apenas em termos tecnológicos, mas como reveladora de “toda a história moderna”²⁷⁷, em sua própria versão das verdades históricas (FOUCAULT, 1979).

Na sua construção discursiva, em seus modos de se fazer ver e saber, as Olimpíadas requisitam para si o *status* de agente mobilizador de modos de visualidade, territorialidades e temporalidades enquanto expressão de poder.

²⁷⁶ From the end of the 19th century up to the present day, Live! offers you the chance to follow the main stages of the technological boom that has expanded access to the Olympic Games outside the stadium: 1900, 1920, 1936, 1960, 1970, 1980, et 2012.

²⁷⁷ the whole of modern history is revealed.

Sobre 2012, o *site* aborda todas as tecnologias inovadoras utilizadas nas transmissões dos Jogos e reforça o papel da OBS e sua eficiência. Usain Bolt é o garoto-propaganda, imagem de fundo do museu virtual. (Fig. 36)



Figura 35: Página de fundo do site interativo sobre a história das transmissões olímpicas.
Fonte: <<http://www.olympic.org/museum/interactive-documentary/broadcasting/#1960>>.

Ainda em relação aos bastidores das Olimpíadas de 2012, o veterano Howard Berkes, agora aposentado das coberturas olímpicas, após cobrir todas as edições desde 1984, é crítico veemente do processo de credenciamento e isolamento daqueles que não pagam pelos direitos de transmissão dos jogos. Em 1984 e 1988, informa, as restrições quase não existiam e era possível a qualquer empresa alugar um espaço no Centro de Mídia, transmitindo boa parte do evento, sem ferir a exclusividade dos Right-holders. Esse quadro começou a mudar em Sydney (2000) e piorou nos últimos anos, com aumento também do controle policial. “Havia a ‘polícia da gravação’, e se você era pego com imagens não permitidas, eles confiscavam a fita da primeira vez. Na segunda, caçavam suas credenciais”. Para ele,

O maior impacto do sistema de compra de direitos sobre a cobertura da mídia dos jogos é que limita a cobertura para as plataformas privilegiadas e agressivamente procura mantê-la lá. Todos os outros meios de comunicação são deixados com a tentativa de fornecer uma cobertura inovadora e significativa em todas as plataformas, sem violar as regras e receber cartas ameaçadoras da polícia de direitos olímpicos, como aconteceu conosco na NPR. Trata-se realmente do oposto do que se deveria esperar frente ao panorama de mídias atual (BERKES, 2014, em entrevista à autora, tradução nossa).

Segundo ele, as restrições às novas mídias pelo IOC começaram em 2002, nos jogos de Salt Lake City.

Recebemos uma carta ameaçadora por causa do uso de um logotipo olímpico em nosso *site* – ainda que tivéssemos expressa permissão para usá-lo. A cada edição dos Jogos as restrições em relação à *web* se expandiram já que o IOC e as empresas parceiras procuram manter a exclusividade sobre a cobertura também nas novas mídias. Você não pode se parecer com um *site* olímpico oficial. Você não pode utilizar vídeo do evento. Não pode utilizar logos oficiais. O advento das mídias sociais representaram um problema para o IOC e parceiros, porque, de repente, todos possuíam a habilidade de transmitir a ação olímpica em tuítes e Facebook, inclusive com vídeos. Por volta de 2010, as regras foram mais restritivas que nunca, aplicada inclusive para os atletas (BERKES, 2014, entrevista à autora, tradução nossa).²⁷⁸

Berkes aponta uma mudança significativa no ambiente midiático de cobertura olímpica, ocorrida recentemente, o que acaba por se configurar em mais uma fissura nos moldes disciplinares e nas formas de relacionamento com a imprensa.

Um desenrolar interessante em Olimpíadas recentes tem sido uma mudança das mídias tradicionais para novos meios de comunicação (pelo menos entre a mídia norte-americana). Enquanto jornais e emissoras de televisão lutam para sobreviver, também requisitam menos credenciais para cobrir os Jogos Olímpicos. O time de veteranos da mídia olímpica diminui a cada edição. A cobertura olímpica é tão dispendiosa (só para viajar e hospedar), que as restrições de orçamento da mídia tradicional causaram grande corte tanto no volume de cobertura quanto nas equipes. Novas mídias assumiram este espaço e o IOC desenvolveu um sistema de credenciais para eles. Há alguns *.com* cobrindo as Olimpíadas e mais publicações nas plataformas de redes sociais. E isso deverá crescer ainda mais (BERKES, 2014, entrevista à autora, tradução nossa).²⁷⁹

²⁷⁸ We received a threatening letter for using an Olympic logo on our website – even though we had expressed permission to use it. The web restrictions tightened with each games as the IOC and rightsholders sought to maintain broadcast exclusivity over new media coverage. You couldn't look like an official Olympic site. You couldn't use video of events. You couldn't use official logos. The advent of social media presented a problem for the IOC and rightsholders because suddenly everyone possessed the ability to transmit Olympic action... in tweets and on Facebook... and include video. By 2010, the rules were tighter than ever and even now applied to athletes. The rightsholder police focused on web and social media sites.

²⁷⁹ One interesting development in recent Olympics has been a shift from legacy media to new media (at least among American media). As newspapers and broadcasters struggle, fewer legacy media have sought Olympic credentials. The veteran Olympic media corps is thinner and thinner each games. Olympic coverage is so expensive (just for travel and lodging) that tight budgets at legacy media have caused some to drop or cut back on coverage and staffing. New media have stepped in and the IOC has developed a credentialing system for them. There are more *.com*'s covering the Olympics and more outlets with social media platforms. I'd expect that to grow.

As declarações de Berkes revelam importante movimentação na nossa rede de dispositivos na medida em que colocam em evidência uma forma-internet, antes completamente apagada pela forma-televisão, tensionando toda a malha relacional do nosso hiperdispositivo. Resta-nos acompanhar como se dará o preenchimento estratégico e quais serão as forças acionadas para neutralizar as possíveis fissuras, protegendo o processo de sedimentação das lógicas de sustentabilidade financeira da teia aqui analisada.

A partir desses questionamentos, raros quando se trata dos bastidores do dispositivo olímpico, avançamos para analisar a cobertura da BBC em 2012, seu lugar de referência enquanto televisão em perspectiva convergente.

4.4 BBC E A MEGACOBERTURA LONDON 2012

4.4.1 Hiperdispositivo, poderes e saberes tensionados: um preâmbulo necessário

De acordo com Deleuze (1990), as funções estratégicas de um dispositivo são reveladas a partir de sua movimentação, da conformação das curvas de visibilidade e enunciação. Linhas de fissura ou fuga reconfiguram relações de saber e poder no dispositivo, enquanto as linhas de força sedimentam relações. A dinâmica sociocomunicacional característica da cultura da convergência relaciona-se, conforme destacam Alzamora, Rodrigues e Utsch (2013, p. 42), ao “uso concomitante de múltiplas plataformas midiáticas, para registrar, armazenar e colocar em circulação” relatos de naturezas diversas, dentro de uma lógica horizontalizada, na qual a antiga audiência, hoje usuária potencialmente antropófaga (ZILLER, 2011), circula livremente entre mídias tradicionais e uma miríade de outras alternativas, acessíveis por meio do aparelho de televisão, dos *tablets*, dos computadores, *notebooks*, PC, relógios ou óculos. Essa dinâmica de multiplicidade midiática não é nova. Como vimos em nossa genealogia, os conteúdos audiovisuais e textuais circularam por múltiplas mídias desde o primórdio olímpico: cinema, jornais, revistas, livros, rádio, televisão. O que muda com a internet, na perspectiva do hiperdispositivo aqui defendido, são regimes de visualidade, temporalidade e territorialidade espessados ou divergidos a partir da inserção de camadas digitais e sua lógica de compartilhamento, facilidade de publicação, memórias expandidas, mobilidade e conversações, possibilitando uma variedade de novas formas narrativas, multi, inter, transmidiáticas (ALZAMORA; TÁRCIA, 2012a, 2012b). Essas linhas de fissura tensionam os

dispositivos midiáticos, jornalísticos e esportivos em suas lógicas verticalizadas, características da comunicação de massa, promovendo rearranjos ou sedimentações em suas formas de ser, de se fazer ver e também de vender.

Temos visto, na cartografia empreendida até aqui, o enredamento, muitas vezes obscuro, entre linhas de força e fissura dos três dispositivos analisados frente à dieta tensional a que estiveram sujeitos nos últimos vinte anos, intensificadas a partir de 2005.

No início da nossa pesquisa, ano das Olimpíadas londrinas, em nosso exercício de diligência exploratória, um relevante documento surgiu a partir do então embrionário processo cartográfico. Dentro da dinâmica característica das fluidas memórias em rede, este documento, hoje, encontra-se praticamente apagado dos arquivos *on-line*. Porém, nos parece fundamental trazê-lo à tona para iluminar esses pontos ainda obscurecidos.

Trata-se de uma carta, do grupo britânico Telegraph, ao então Ministro dos Esportes e das Olimpíadas, Hugh Robertson, sobre os direitos digitais da BBC nas Olimpíadas de 2012. O tema é tratado como “uma questão de grande importância para nós e que impacta toda a indústria dos jornais – em nível nacional e regional.” (TELEGRAPH GROUP, 2010). Na carta, o Grupo protesta contra o modelo de cessão de direitos de transmissão, no qual a BBC teria exclusividade na transmissão via televisão, *on-line* e *mobile*, ao vivo e *on demand*, ficando também responsável por redistribuir conteúdo às outras mídias.

Essa é uma posição preocupantemente similar à dos Jogos Olímpicos de Pequim 2008. Na ocasião, a BBC ofereceu apenas pacotes muito limitados de direitos ao mercado, e muito no final do dia. Estes acabaram por ser inviáveis comercialmente e no processo produtivo. [...] Repetir isso seria profundamente insatisfatório. Como você bem sabe, o mercado de mídia – tanto para editores quanto para consumidores – mudou enormemente desde Pequim, e também desde este último acordo assinado com a BBC. Vídeo é agora vital para nós enquanto editores assim como para nosso público. É crucial que tenhamos acesso ao material em vídeo, em bom tempo e de maneira comercialmente viável (TELEGRAPH GROUP, 2010, p. 1, tradução nossa).²⁸⁰

²⁸⁰ This is disturbingly a very similar position to the 2008 Beijing Olympics. On that occasion, the BBC offered only very limited packages of rights to the market, and very late in the day. These turned out to be neither commercially viable nor deliverable in the timescale. [...] A repeat of this would be deeply unsatisfactory. As you will know well, the media market place – for both publishers and consumers – has changed enormously since Beijing, and indeed since this latest agreement with the BBC was signed. Video is now a vital to us as publishers and to our own viewers. It is crucial that we have easy access to video material, and to do so in good time and in a manner which is commercially viable.

O Telegraph Group anexa a essa carta uma outra correspondência do diretor do IOC, Timo Lumme, dirigida a David Davies, do Departamento de Cultura, Mídia e Esportes, em 2009, responsável pela revisão da lista de eventos protegidos no território britânico, citada anteriormente. Nesta carta, o Comitê Olímpico se posiciona em relação à lista e sobre a prioridade de transmissão dos Jogos pelo canal público, a BBC.

Segundo o diretor do IOC, a BBC não teria capacidade para transmitir sozinha o volume de vídeos gerados durante os Jogos. Pelas contas do Comitê, a emissora só tinha dado vazão a 4,8% de um total de 5 mil horas de imagens capturadas ao vivo em Pequim.

Listar todo o conteúdo dos Jogos Olímpicos, nestas circunstâncias, tem uma série de consequências práticas e jurídicas indesejáveis, e significa que o *status quo* não pode ser mantido. Como uma questão prática, 95% de todo o conteúdo dos Jogos Olímpicos ao vivo disponíveis até então não conseguiram chegar ao público espectador da Grã-Bretanha, via BBC1 e BBC2, e o COI tem sido incapaz de obter qualquer mercado para seu conteúdo ao vivo não utilizado. Receita reduzida ao COI atinge também as Federações Olímpicas Internacionais, os Comitês Olímpicos Nacionais e impacta diretamente nas cidades que acolhem os Jogos Olímpicos: o COI depende de receita de transmissão para contribuir com as operações do Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos [...] (LUMME, 2009, p. 1, tradução nossa).²⁸¹

O IOC sugere então que as Olimpíadas sejam listadas parcialmente, dentro da capacidade de transmissão da BBC, e que as horas de vídeo restantes possam ser comercializadas livremente, em “benefício da população britânica”.

É a partir desse esclarecedor documento e das pressões a que esteve sujeita a BBC na transmissão do máximo volume possível de horas de vídeo, que iniciaremos nosso estudo sobre a cobertura multiplataformas da emissora. Por ele, percebemos a brecha por meio da qual é possível observar claramente a movimentação de forças no seio do hiperdispositivo: quanto mais imagens geradas, maior as possibilidades de comercialização de conteúdo em outras mídias, já que todas as mídias agora operam em regime múltiplo, deixando o vídeo de

²⁸¹ Listing the entire Olympic Games in these circumstances has a number of undesirable practical and legal consequences that mean that the status quo cannot be maintained. As a practical matter, 95% of all available live Olympic Games content has hitherto failed to reach the UK viewing public via BBC1 e BBC2, and the IOC has been unable to obtain any market for its unused live Games content. Reduced revenue to the IOC hurts Olympic International Federations, Nacional Olympic Committees and directly impacts the cities hosting the Olympic Games: the IOC depends on broadcast revenue to fund the operations of Olympic Games organizing Committee [...].

ser um produto exclusivo das emissoras de televisão, como ocorria até então. Para ampliar suas possibilidades comerciais à plataforma *on-line*, com hospedagem ou transmissão ao vivo, os jornais impressos se tornam então concorrentes diretos da televisão e se unem ao IOC, no *lobby* em favor das mudanças das leis protetivas do governo britânico. À BBC restaria, como parece ter sido o caso, movimentar-se para distribuir um volume ainda maior de horas de vídeo, extravasando as temporalidades televisivas, por múltiplas plataformas, fazendo dessa necessidade um discurso de maior interatividade para seu público.

4.4.2 Cobertura multiplataformas

Partindo das linhas de fissura atuantes em nosso hiperdispositivo, agora desveladas, é possível compreender mais claramente as estratégias da BBC na cobertura das Olimpíadas de 2012, quando a emissora, debaixo de críticas, credenciou 765 profissionais para trabalhar durante os Jogos. Nas Olimpíadas de Pequim, foram 437 envolvidos. Esse acréscimo se deveu às seguintes mudanças: quatro vezes mais canais de TV e uma estação de rádio dedicada 24 horas à cobertura do evento; mais serviços *on-line* e móveis do que todas as outras coberturas; cobertura com apresentador 24 horas por dia em todas as plataformas, na Inglaterra e no exterior; 24 canais digitais, que exigiram ainda mais apresentadores (Figura 36).



Figura 36: Logo BBC como Emissora Oficial.
Fonte: BBC.

Com esse esforço concentrado, foram mais de nove milhões de acessos à versão móvel do *site* da BBC durante o período dos Jogos. 2,3 milhões de acessos via *tablets*, contabilizando cerca de 12 milhões de acessos a vídeos durante duas semanas. Ao todo, as transmissões de vídeo atingiram 106 milhões de visualizações em todas as plataformas *on-line*: PC, telefone e *tablet*. Durante o almoço, uso dos PC; seis da tarde, no caminho de casa, acesso pelo celular; à noite, dividindo a atenção com a TV ou na cama, foi a vez dos *tablets*.

Para mapear os discursos da emissora sobre suas estratégias e analisar se, em algum momento, as curvas de visibilidade permitem entrever as dobras deste complexo diagrama de forças desveladas anteriormente, optamos por partir dos *posts* nos blogues dos executivos responsáveis pelo planejamento da cobertura. Esses blogues, e suas áreas de comentário, se conformaram como uma das poucas oportunidades rastreáveis de conversa entre a instituição e o telespectador, ainda que esse território virtual estivesse encravado nos servidores da própria BBC, sujeitando os comentários *on-line* às normas institucionais do *off-line*.

O blogue de Roger Mosey, diretor do Projeto BBC London 2012, entrou no ar em 2009 e contém publicações até julho de 2012. (Figura 37) São 117 *posts*, com cerca de 600 comentários, analisados integralmente.



Figura 37: Blogue de Roger Mosey, diretor do Projeto BBC London 2012. Fonte: BBC.

Consideraremos que os blogues e o Twitter foram canais utilizados taticamente (DE CERTEAU, 1994) pela equipe de planejamento, no “compromisso de ser completamente transparente” (MOSEY, 2012). Porém, acabaram por reforçar estratégias (DE CERTEAU, 1994) próprias da instituição na medida em que não conseguiram disponibilizar informações como o custo total da cobertura, quando solicitados por internautas, e também não revelaram as pressões sofridas pela emissora. Embora com visibilidade significativa, temporalmente, o blogue de Mosey já nasceu com data para acabar, conforme ele próprio publicou em julho de 2009, ao dizer que o blogue tinha sido feito para “durar um pouco mais de três anos” (MOSEY, 2009b, s.p.). Ainda assim, permanece nas memórias da rede (HUYSSSEN, 2000), embora sujeito aos apagamentos característicos do universo virtual, em que, a cada modificação no *website*, muitos *links* são desfeitos, tornando-se quase impossível mapeá-los no momento em que escrevemos esta tese, março de 2015. Desta forma, valemo-nos, principalmente, das coletas feitas em 2012, quando tivemos o cuidado de arquivar todos os *posts*. A partir de seus títulos, conseguimos reencontrá-los nos arquivos da BBC sob o rótulo de “legado”, como mostra a

Figura 38, o que nos leva a acionar as observações de Huyssen (2000) sobre possíveis apagamentos das memórias das memórias digitais.

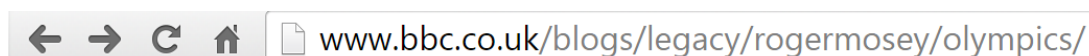


Figura 38: Endereço atual do blogue de Roger Mosey nos arquivos da BBC.
Fonte: BBC.

Também utilizamos os arquivos do *Daily Mail* e *Daily Telegraph* (tradicionais desafetos da BBC, como vimos) e do *The Guardian on-line* (cuja cobertura de mídia é dedicada amplamente aos bastidores da emissora inglesa) para contrapor ou ampliar nosso mapeamento. Embora estes sejam os pontos de entrada do nosso processo cartográfico, como na seção anterior e seguindo nossa metodologia, extravasamos com frequência esses conteúdos, tomando as conexões *on* e *off-line* como guias.

Antes de passarmos ao mapeamento desse conteúdo, consideramos relevante incorporar as curvas de visibilidade e enunciados institucionais por meio do BBC Annual Report and Accounts 2012/13.

O *chairman* em exercício da BBC no período olímpico, Lord Pattern of Barnes, abre o relatório com um exercício de autocrítica, reconhecendo erros e apontando acertos da emissora:

Foi o melhor dos tempos e o pior dos tempos. As palavras de abertura de Dickens em *A Tale of Two Cities* resume perfeitamente a BBC em 2012/13. O sucesso sem precedentes e a qualidade da cobertura das Olimpíadas pela BBC foi rapidamente seguido por alguns dos dias mais negros da nossa história recente, com as revelações sobre os crimes hediondos de Jimmy Savile²⁸² e todos os que vieram depois deles (BARNES, 2013, p. 8, tradução nossa).²⁸³

Nos pontos positivos de 2012, está, segundo ele, uma cobertura “que ultrapassou as expectativas”, em momentos que “uniram a nação” e conquistaram espaço “na memória

²⁸² Jimmy Saville foi um excêntrico e popular apresentador de rádio e televisão acusado de abusar sexualmente de 300 pessoas ao longo de quatro décadas. O caso mobilizou a opinião pública na Grã-Bretanha e trouxe questionamentos sobre a atuação de meios de comunicação como a BBC. A emissora foi acusada de ter acobertado o escândalo, e o diretor-geral, George Entwistle, acabou demitido como resultado de sua conduta diante da crise. Jimmy Saville morreu em 2011, aos 84 anos.

²⁸³ It was the best of times, it was the worst of times. The opening words from Dickens’ *A Tale of Two Cities* perfectly sum up the BBC’s year in 2012/13. The unparalleled success and quality of the BBC’s Olympics coverage was rapidly followed by some of the darkest days in our recent history, with the revelations about the appalling crimes of Jimmy Saville and all that came after them (BARNES, 2013, p. 8).

coletiva” do país (BARNES, 2013, p. 8). À confirmação dos ideais olímpicos, Barnes acrescenta dois outros aspectos apontados por Boyle (2006) como característicos da relação mídia-esportes-jornalismo na contemporaneidade: a personificação e a incorporação de especialistas. No segundo parágrafo do relatório, ele nomeia cinco profissionais: dois apresentadores e dois comentaristas agregados, que teriam contribuído para o sucesso da empreitada, embora dezenas de outros tenham participado.

Temporalmente e em termos de legado, Pattern (2013) destaca o trabalho nas Olimpíadas como um modelo para outras coberturas de grande escala, em telas múltiplas.

Quanto aos pontos baixos [...] a BBC decepcionou seriamente tanto a si mesma quanto aos que pagam a taxa de licenciamento. A confiança na instituição levou um golpe como resultado, embora tenha começado a se recuperar. [...] Um ponto positivo que levo de todo o episódio é a disposição da BBC para dizer a verdade sobre si mesma, não importa o quão horrível ou desconfortável a verdade possa ser, como evidenciado através de nossa cobertura bastante substancial (BARNES, 2013, p. 8, tradução nossa).²⁸⁴

O presidente menciona as providências tomadas para a investigação dos problemas enfrentados pela emissora e se refere ao falido projeto Iniciativa Digital, que levou a grande desperdício de recursos na emissora.

Ao mapear sobre Digital Initiative BBC, com a busca em Google UK, ficamos sabendo mais sobre o projeto de engenharia da emissora nomeado Digital Media Initiative (DMI), lançado em 2008, com o objetivo de modernizar suas formas de armazenamento e compartilhamento de dados. Depois de cinco anos e 90 milhões de libras esterlinas gastas entre 2010 e 2012, o projeto acabou arquivado em 2013, sendo motivo de investigação interna e externa pela PricewaterhouseCoopers desde 2014. A proposta original era digitalizar todo o processo de produção, acabando com o uso de fitas e unificando arquivos de áudio, vídeo e fotografias, além da implantação de um processo de *storyboarding on-line*. A partir desse fato, por *hyperlink*, chegamos a outra linha de tensão relativa à BBC no ano de 2012. Uma reportagem do *The Guardian* daquele ano revelou críticas à cobertura da emissora de um megaevento de

²⁸⁴ As for the low points, the details of the Newsnight crises and the departure of George Entwistle as Director-General are set out elsewhere in this report, so I don't intend to recount them in detail here. But the BBC seriously let down both itself and licence fee payers. Trust in the institution took a hit as a result, although it has begun to recover. [...] One positive point that I did take from the whole episode is the BBC's willingness to tell the truth about itself, however horrible or uncomfortable that truth may be, as evidenced through our very substantial coverage.

tipo *coronation*, na classificação de Dayan e Katz (1992), o Queen's Diamond Jubilee River Thames Pageant. A emissora teria recebido mais de 4.500 reclamações do público sobre o tom informal das apresentações. Críticos da mídia consideraram que, além da abordagem pouco cerimoniosa para uma cobertura da realeza, a cobertura esteve focada nas celebridades presentes ao evento. A emissora não endossou as críticas; ao contrário, o presidente Mark Thompson elogiou publicamente os profissionais que trabalharam para reportar a cerimônia. Ainda assim, a cobertura da BBC de Londres em 2012 teve início atravessada por tensionamentos entre a emissora e o público e por um discurso de enaltecimento de valores como a transparência, com base na verdade (Foucault, 2003). Pelos índices de aprovação da emissora, divulgado no relatório oficial, apesar das críticas pontuais, parece que os enunciados foram considerados verdadeiros de fato por boa parte da população britânica, já que o índice que mede sua reputação da emissora subiu de 82,6% em 2011/2012 para 83,1% em 2012/2013. (Figura 39)

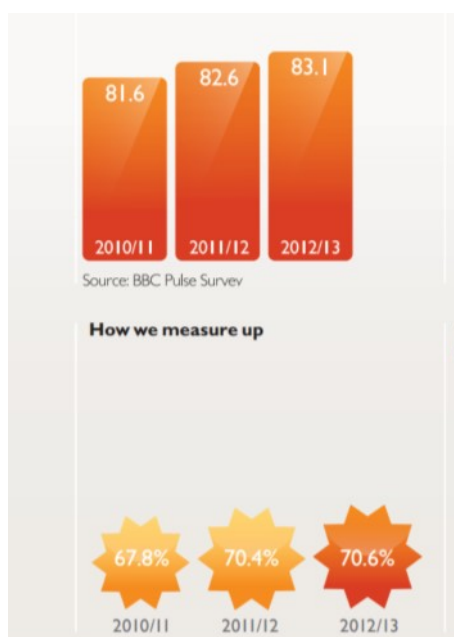


Figura 39: Qualidade da BBC percebida pela audiência.
Fonte: Relatório Oficial 2012/2013.

Com relação às Olimpíadas, a emissora informa no relatório ter alcançado 90% da população do Reino Unido – a maior audiência de todos os tempos, desde que teve início a aferição (Figura 40). A reação do público teria sido “esmagadoramente positiva” (BBC, 2013, p. 17), resultado capaz de neutralizar as linhas de fissura advindas dos outros dois dispositivos em

análise, contribuindo para sedimentar sua posição enquanto Emissora Oficial dos Jogos Olímpicos. O contrato, como vimos, foi renovado até 2020.



Figura 40: Audiência atingida pela BBC nas Olimpíadas.
Fonte: BBC Annual Report, 2012/2013.

Sobre o uso de novas tecnologias na cobertura, a BBC considera como sua obrigação atender às demandas de um público cujos hábitos mudam rapidamente, ao mesmo tempo em que deve fazer uso consciente dos recursos disponíveis, sem se referir em momento algum às pressões do Comitê Olímpico e do Grupo Telegraph.

4.4.3 Temporalidades, territorialidades e visualidades expandidas e/ou silenciadas

Em julho de 2010, dois anos antes da abertura das Olimpíadas de Londres, o diretor do Projeto London 2012, Roger Mosey, publicou *post* relacionado à cobertura no blogue About the BBC²⁸⁵. O texto recebeu o título de “Plano da BBC tem algo para todos”²⁸⁶, reafirmação da premissa olímpica de apoiar e levar o desporto ao maior número de pessoas. Nele, anunciava o início da cobertura de uma série de eventos promovidos pelos organizadores dos Jogos, com o mote “Two Years to Go” (Faltam dois anos), uma forma de expandir temporalmente a

²⁸⁵ Cf. <http://www.bbc.co.uk/blogs/aboutthebbc/posts/bbc_london_2012_olympics_plans>.

²⁸⁶ BBC London 2012 Olympics plan has something for everyone.

visibilidade dos enunciados olímpicos, em regime contratual com o IOC, como vimos anteriormente.

A programação, estrategicamente construída (JOST, 2010), revelou um *mix* de conteúdo cultural, esportivo e noticioso canalizado para o *site* BBC London 2012²⁸⁷, lançado no mesmo ano, e que ainda permanece no ar como memória (HUYSSSEN, 2000), legado intangível do evento (GRATTON; PREUSS, 2008). Nesse sentido, podemos perceber as plataformas *on-line* como uma licença de expansão do conteúdo jornalístico, ampliando os territórios de um conteúdo híbrido, no qual as distâncias entre informação e entretenimento ficam cada vez mais nebulosas (SORRELL, 1998; HEPP; COULDRY, 2010). A possibilidade de construção de *hotsites*, no entanto, ao mesmo tempo em que mescla, permite um distanciamento do conteúdo jornalístico tradicional - a BBC News -, espaço consagrado à preservação do “jornalismo de qualidade” (BOYLE, 2006), onde o entretenimento e os esportes só têm espaço no formato de notícias e reportagens *sobre* os eventos.

Também foi anunciada a estreia de um projeto “inovativo multiplataformas” chamado Olympic Dreams: uma série de pequenos documentários sobre a trajetória de 25 atletas de todo o mundo até Londres. (Fig. 42) Os programas foram transmitidos mundialmente na televisão, *on-line* e no rádio e permitiram a participação dos usuários fazendo perguntas aos atletas e publicando opiniões, além de terem sido levados a escolas para pesquisa, constituindo traços de transmidialidade (JENKINS, 2006; ALZAMORA; TÁRCIA, 2011, 2012a, 2012b).

Então, onde e como essas histórias serão contadas? A resposta está em uma multiplicidade de plataformas e canais da BBC entre agora e o início dos Jogos. Haverá filmes no BBC Breakfast, no Reino Unido; no World News em todo o mundo; e relatos no BBC World Service, incluindo os nossos serviços de idiomas, onde uma gama maior dos que não falam inglês serão contemplados. Relatos dos atletas serão reunidos no *site*, e queremos dar-lhe a oportunidade de fazer perguntas aos atletas e partilhar seus pensamentos e as suas experiências. Queremos dar às escolas a oportunidade de utilizar alguns dos conteúdos para que possa ser parte de uma conversa internacional utilizando novos (e velhos) meios. Haverá documentários que oferecerão uma narrativa mais completa (MOSEY, 2010, s.p., tradução nossa).²⁸⁸

²⁸⁷ Cf. <<http://www.bbc.co.uk/2012/>>.

²⁸⁸ So where and how will these stories be told? The answer is on a multiplicity of BBC platforms and channels between now and the start of the Games. There will be films on BBC Breakfast in the UK; on World News across

Olympic Dreams estava no ar desde 2007, porém era dedicado ao acompanhamento de atletas olímpicos ingleses. A aproximação das Olimpíadas levou a BBC a expandir sua cobertura, avalizando a premissa olímpica de promoção da união entre as nações.



Figura 41: Projeto Olympic Dreams da BBC.
Fonte: BBC.

Trata-se, no entanto, de uma curva de visibilidade tensionada pelas televisualidades tradicionais, uma vez que os atletas escolhidos como protagonistas deste esforço jornalístico sempre tinham uma história de superação para contar ou representavam a elite dos esportes de elite, caso do performático e consagrado velocista Usain Bolt. Ao mesmo tempo em que reforça a premissa olímpica da superação pelos esportes, as escolhas televisivas perdem o foco na promoção da igualdade, enquanto um dos pilares da Carta Olímpica.

Uma equipe capitaneada pelo jornalista da BBC News International, Kevin Bishop, percorreu o mundo em busca de narrativas emotivas, “histórias fantásticamente ricas”, nos dizeres do diretor da BBC, como a do atleta afegão Rohullah Nikpai, ex-refugiado de guerra que, em 2008, derrotou o então campeão mundial de *taekwondo*, o espanhol Juan Antonio Ramos, conquistando bronze, a primeira medalha olímpica da história do Afeganistão. Histórias como essa e várias outras retratadas vêm alimentando há mais de 60 anos nosso hiperdispositivo.

the globe; and reports on BBC World Service including our language services where a wider range of non-English speakers will be featured. The athletes' tales will be brought together on this website, and we want to give you the chance to ask questions of the competitors and share your thoughts and their experiences. We want to give schools the chance to use some of the content and for it to be part of an international conversation using new (and old) media. There will be documentaries that offer a fuller narrative.

O Olimpismo reforça seus valores por meio das mídias e do jornalismo e a televisão se constrói a partir das narrativas emotivas olímpicas, conformando uma estratégia de saber-poder refinada, bela.

Ainda sobre celebridades, outra preocupação que atravessa a relação esportes-mídia-jornalismo é a presença delas e dos especialistas nos comentários. Em relação a Londres 2012, a questão veio à tona em um *post* de agosto de 2009, quando Mosey se referiu às críticas em relação à dependência das emissoras em torno dos grandes nomes para angariar audiência. Na profusão de telas e horas de programação, essa tensão se agiganta porque as imagens na tela da televisão clamam por outras camadas de informação.

Voltemos um pouco no tempo para entender os fundamentos da relação London 2012-BBC e como as temporalidades, visualidades e territorialidades atravessaram o planejamento de cobertura da emissora, configurando o nosso hiperdispositivo de saber-poder.

Mosey iniciou sua tática de conversação por meio de blogues publicados na plataforma da BBC em 2008, dentro do blogue genérico chamado BBC Sport Editor's Blog, proposta que encarou com disposição, publicando longos *posts*, com fotografias e *links*, respondendo, conforme ele próprio, "tantas perguntas quanto possível". Um ano depois, recebeu uma página própria, denominada Roger Mosey's blog. Em maio de 2009, praticamente três anos antes da Cerimônia de Abertura da XXX^a edição dos Jogos Olímpicos de Verão, em Londres, publicou o texto de um discurso feito na Conferência Nacional do Central Council of Physical Recreation²⁸⁹.

Nesse discurso, falando a empresários, Mosey (2009), no momento em que deixava a diretoria de esportes para assumir o planejamento da cobertura de 2012, referiu-se a duas palavras para resumir a relação da BBC com os esportes em contexto olímpico: foco e parceria. Segundo ele, "as audiências esperam a cobertura dos principais esportes e há um claro benefício para a sociedade em ter os maiores eventos e vencedores britânicos disponíveis para todos" (MOSEY, 2009a, s.p., tradução nossa). Em tom conciliatório, ressaltava a importância das concessões e acordos para fazer frente ao desafio do evento olímpico:

²⁸⁹ Atualmente Sport and Recreation Alliance, organização comercial que reúne entidades representativas dos esportes na Grã-Bretanha, com 320 membros.

Isso se encaixa no que estarei fazendo em torno dos Jogos Olímpicos: a certeza de que trabalhamos em estreita colaboração com os vários órgãos esportivos (como este) - e, claro, com as outras principais partes interessadas, como LOCOG, o COI, DCMS, gabinete do prefeito e todos os parceiros comerciais também. Haverá claramente um investimento significativo da taxa de licença em torno dos Jogos Olímpicos de 2012, mas é mais do que apenas sobre o dinheiro: a nossa agenda de parceria global é sobre a forma como podemos trabalhar com as pessoas de maneiras novas, a fim de que transcendamos rivalidades passadas para produzir um valor real para as indústrias criativas e para o Reino Unido (MOSEY, 2009, s.p., tradução nossa).²⁹⁰

Esta foi uma das poucas manifestações públicas de Mosey sobre possíveis desavenças no universo olímpico. Reconhecendo o complicado período econômico e as dificuldades enfrentadas pelo comércio, Mosey afirma que a BBC “dará aos esportes a melhor vitrine” ao utilizar uma “multiplicidade de plataformas e aparelhos” para oferecer milhares de horas de cobertura, discurso persuasivo bastante característico do universo das tecnologias digitais, como aponta Moraes (2010), e resposta direta às pressões sofridas um ano antes. “Nós queremos celebrar o sucesso britânico, encorajar o interesse no esporte britânico, além de dar um impulso para a inovação na televisão, no rádio, *on-line* e móvel” (MOSEY, 2009, s.p., tradução nossa).

As tecnologias digitais, argumentava Mosey, possibilitam uma cobertura amplificada, colocando o “*website* no coração das operações”, com notícias, vídeo e áudio o tempo inteiro alcançando público cada vez maior. O mote de Mosey resume estratégias importantes na conquista por maior visibilidade, por mais tempo, com maior alcance: menos, maior, melhor. O menos diz respeito não ao volume de informação, mas ao investimento necessário para ser maior e melhor, como sugere o papel das estratégias de De Certeau (1994). Menor investimento, com maior resultado.

Dar ao esporte “a melhor vitrine”, para além de um jargão de *marketing*, incluía, naquele momento participar ativamente da Olimpíada Cultural, uma estratégia olímpica para atrair os

²⁹⁰ That fits into what I'll be doing around the Olympics: making sure that we work closely with the various sporting bodies involved (like this one) - and, of course, with the other main stakeholders such as LOCOG, the IOC, DCMS, the Mayor's office and all the commercial partners too. There will clearly be a significant investment of the licence fee around the Olympic Games of 2012, but it's more than just about money: our partnership agenda overall is about the way we can work with people in fresh ways, the aim that we transcend former rivalries to produce real value for the creative industries and for the UK.

jovens e ampliar o tempo de visibilidade do evento, embora o discurso oficial fale do desenvolvimento de um *link* entre esporte e cultura, com vistas a promover a diversidade, considerando a cultura como a “segunda dimensão do Olimpismo”, depois dos esportes. (COI, s.d, s.p.)²⁹¹

Entretanto, pelo menos em seu início, esta não foi a prioridade da BBC, segundo declara Mosey ao afirmar, ainda em 2009, que, “para ser honesto, o programa cultural dos jogos ainda não teve muito impacto, embora já esteja acontecendo.” (MOSEY, 2009b, s.p., tradução nossa)²⁹². A justificativa para a falta de entusiasmo era de não fazer muita coisa com muita antecedência, para não cansar a audiência com a saturação, risco apontado por Huysen (2012). Em 2011, porém, o *Daily Mail*²⁹³ reforçou a crítica e a divulgação do Festival, fazendo referência à enorme quantia gasta com uma programação de que ninguém tinha ouvido falar. O jornal criticou ainda os altos investimentos em projetos artísticos de pouca visibilidade. Como vimos no mapeamento anterior, a BBC teve ampla participação no festival das artes e a programação ficou também a cargo de Mosey, cujas funções abrangiam entretenimento, educação e jornalismo. Na direção da Olimpíada Cultural estava Tony Hall, ex-diretor de notícias da emissora que, de acordo com o *Daily Mail*, teria tido dificuldades para esclarecer sobre o evento em uma entrevista à Rádio 4, emissora da BBC.

Esse evento atravessa nosso hiperdispositivo como mais uma linha de força a tensionar, mas também sedimentar as estratégias da BBC de expandir sua cobertura visual, temporal e territorialmente. Foram, no total, 500 eventos em todo o país, culminando com o Festival London 2012. Os custos, segundo reportagem do *The Guardian*²⁹⁴, foram superiores a 87 milhões de libras, com recursos provenientes do Arts Council England, Legacy Trust UK e Olympic Lottery Distributor. Custo e benefício foram atravessamentos constantes nos debates antes, durante e depois de Londres 2012, conforme registra o Diagrama 6. Por meio dele, podemos ver as curvas de visibilidade e enunciados da oficiais atravessados por elogios, mas

²⁹¹ COI. Comission for culture and olympic education. Disponível em: <<http://www.olympic.org/culture-and-olympic-education-commission>>. Acesso em: 23 mar. 2015.

²⁹² it's fair to say that the cultural programme of the Games hasn't made much impact yet, though it's already under way

²⁹³ DAILY MAIL. £94m cost of Olympics arts festival no one has heard of. Londres, Daily Mail, 25 de Junho de 2011. Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2008224/94m-cost-Olympics-arts-festival-heard-of.html#ixzz3VEkXcnc>>. Acesso em: 23 mar. 2015.

²⁹⁴ THE GUARDIAN. Mark Brown. Cultural Olympiad 2012 reaches the critical masses, 12 de março de 2012. *The Guardian*, Londres, 12 de março de 2012.

também por muitas críticas, ressaltando a conexão da emissora pública com as Olimpíadas e os altos investimentos necessários para promover os interesses da capital inglesa e não o país como um todo.

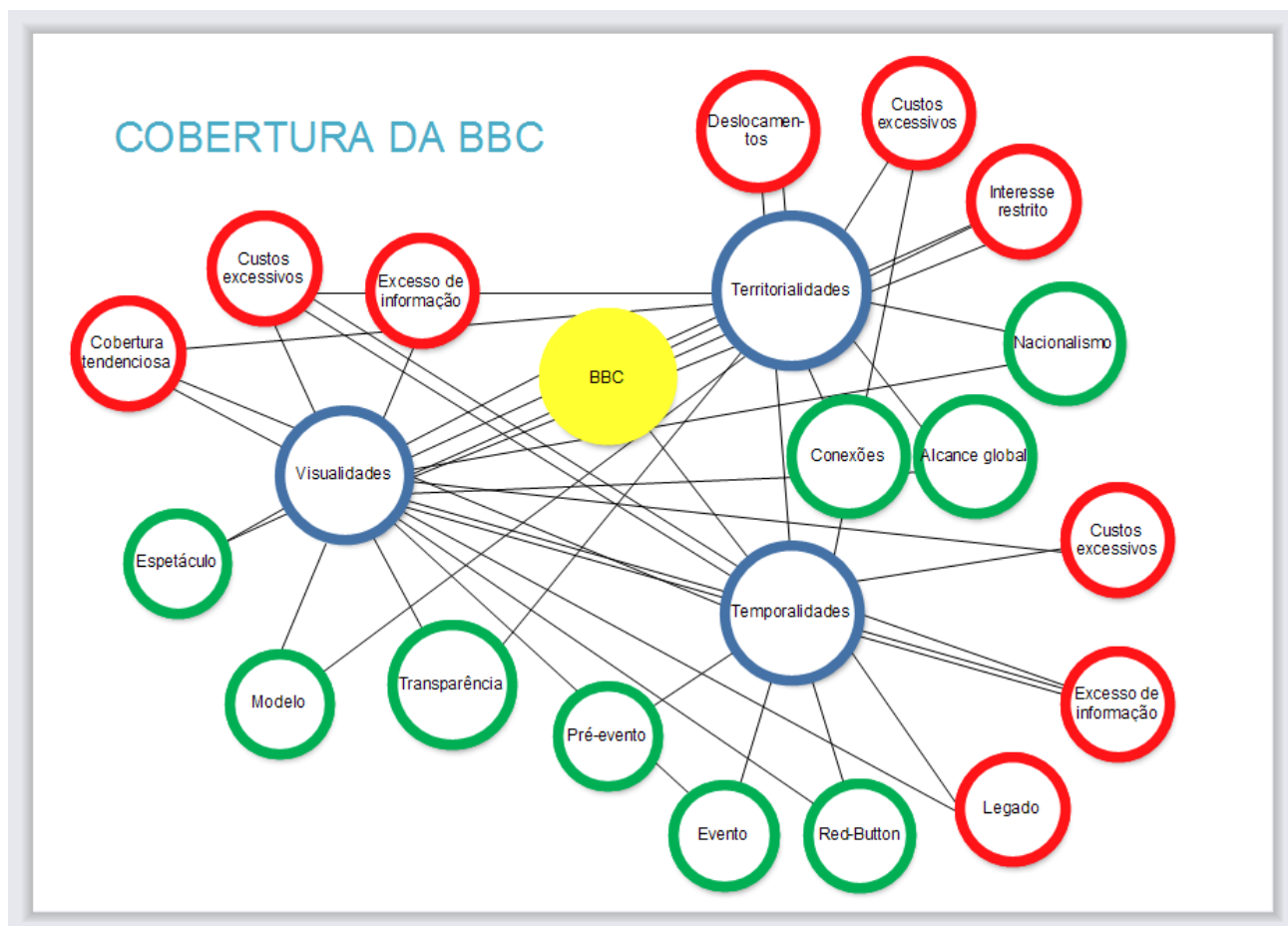


Diagrama 6: Mapeamento da cobertura BBC.
Fonte: Autoria própria.

O discurso de Mosey em todas as suas postagens foi recorrente no reforço dos ideais olímpicos e no compromisso das mídias e do jornalismo para esse sucesso, na temporalidade expandida dos Jogos. Ao responder ao comentário de um dos internautas, ainda em 2009, afirmou: “nós queremos construir a história das Olimpíadas através de nossas notícias, da programação factual, no entretenimento, através dos *sites on-line* e das plataformas da BBC, global, nacional e localmente” (MOSEY, 2009b, s.p., tradução nossa).²⁹⁵

²⁹⁵ We want to build the story of the Olympics across our news and factual programming, in entertainment, through our online sites and across the BBC's platforms globally, nationally and locally.

Para além dos discursos, outro atravessamento territorial, não discursivo, que diz respeito a esse dispositivo é a localização do estúdio de onde aconteceram as transmissões olímpicas. Essa definição começou em 2009, na identificação do melhor local para estabelecer a “base de transmissão”. Enquanto Família Olímpica, a BBC teve o privilégio de interferir nesta escolha. Para detalhar o assunto, fizemos uma busca genérica por “studios BBC London 2012” e caímos em um vídeo²⁹⁶ em que a BBC faz uma metacobertura (CARLÓN, 2006) sobre sua infraestrutura. Em regime de hiperconexão, a televisão, mais que nunca, fala de si. Esta é uma das possibilidades trazidas pela expansão de plataformas, recurso bastante explorado pelo jornalismo em seu caráter intermediário (ALZAMORA; TÁRCIA, 2013).

A BBC gastou £1 milhão na conformação desta curva de visibilidade, expressão de poder no universo olímpico, de acordo com o *London Evening Standard*²⁹⁷ (Figura 42). Junto com a obra, houve grande investimento em segurança (para entrar no estúdio, era necessário passar por seguranças e por uma porta com tranca codificada). O prédio foi construído com o uso de 18 contêineres desmontáveis, evitando obras de fundação, o que teria significado redução de custos, segundo a BBC.



Figura 42: Vista externa dos estúdios da BBC em Londres 2012.
Fonte: Container City.

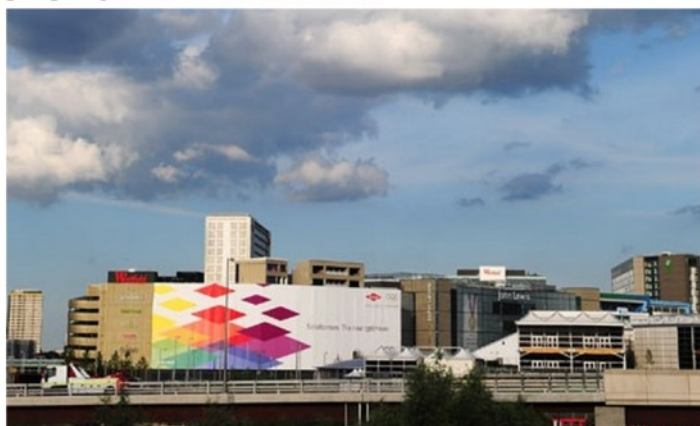
²⁹⁶ Cf. <<http://www.bbc.com/news/uk-18981562>>.

²⁹⁷ Cf. <<http://www.standard.co.uk/olympics/olympic-news/warming-up-the-sofa-in-bbcs-1million-ecofriendly-studio-7956471.html>>.

Chamou nossa atenção, na primeira busca sobre o estúdio, uma reportagem do *The Guardian* (2012)²⁹⁸, de 10 de agosto de 2012 (mais um atravessamento do dispositivo jornalístico), com a informação de que a BBC teria sido obrigada a mudar suas câmeras de lugar, para evitar publicidade gratuita da Dow Chemical (Fig. 44). Segundo a reportagem, o imenso cartaz da empresa cobria o prédio de um *shopping center* na mira do estúdio da BBC e pôde ser vislumbrado durante a contagem regressiva da Cerimônia de Abertura, numa propaganda gratuita que, segundo cálculos de um publicitário, valeria mais de um milhão de libras. As normas da BBC impedem a divulgação de marcas comerciais em sua programação. Dow Chemical é um dos mais controversos integrante do TOP Programme, e foi alvo de manifestações em Londres (SADD, 2014).

Olympics 2012: BBC was forced to move cameras to avoid sponsor's ad

Giant banner for Dow Chemical was visible during opening ceremony buildup, giving it exposure valued at more than £1m



Olympics 2012: Dow Chemical banner on the Westfield shopping centre Photograph: Mike Hewitt/Getty Images

Figura 43: BBC foi obrigada a movimentar câmeras para evitar propaganda gratuita
Fonte: The Guardian.

Ainda como exemplo dos acontecimentos que permearam nosso hiperdispositivo, mesmo tangencialmente, fazendo aflorar heterogeneidades em sua dinâmica reticular, foi o nome o time do Reino Unido. Não entraremos no detalhe histórico, mas o fato de nomear o time como Team GB foi questionado pela BBC, cujas Diretrizes Editoriais chamam a atenção para a sensibilidade necessária na diferenciação entre Grã-Bretanha e Reino Unido. O primeiro, ao

²⁹⁸ THE GUARDIAN. Olympics 2012: BBC was forced to move cameras to avoid sponsor's ad. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/media/2012/aug/10/olympics-2012-bbc-sponsor>>. Acesso em: 23 mar. 2015.

contrário do segundo, não inclui a Irlanda do Norte, cujos atletas competem junto com o time inglês. A BBC teria questionado o Comitê Olímpico Local, para quem a questão política parecia muito delicada, optando-se, portanto, pela histórica nomeação GBR, utilizada desde 1896. Um *post* de Mosey sobre o tema detonou 43 inflamados comentários, o que nos remete a Huysen (2000) e sua colocação de que mesmo em eventos ou questões globais, o interesse é sempre local - ali estão as tensões, as lutas.

4.4.4 Visibilidade expandida

Mutações nos modos de ver conformam novos saberes e afetam os dispositivos engendrados por esses saberes. Neste sentido, defendem Brasil, Morettin e Lisovsky (2013), a visualidade diz respeito não apenas à imagem, mas também a um olhar temporalmente constituído, territorialmente situado. No regime atual de convivência entre formas distintas de visualização, a indústria da informação rearticula *como* mostra, *quando* mostra e *o que* mostra a partir das forças externas e das dobras internas a que está sujeita.

Para fazer frente à disputa de forças em curso na Grã-Bretanha em 2010, a BBC envolveu, segundo Malcolm Cowan (2012)²⁹⁹, seis pessoas, por três anos, no planejamento da cobertura, prazo impensável no jornalismo diário, em que vigoram as regras do imprevisto (BERGER; TAVARES, 2010). Ao todo, a emissora prometeu e entregou (Figura 44), segundo o diretor do projeto London 2012, Roger Mosey (2012):

- 33 horas ao vivo de transmissão diária nos canais BBC One, BBC Two e BBC Three;
- 24 canais ao vivo de programação em alta definição;
- Cobertura ao vivo da rádio 5 Live, complementada pelo canal de rádio especial para Olimpíadas, 5 Live Olympics Extra;
- Primeira transmissão olímpica em 3D da cerimônia de abertura e final dos 100 m livres;
- Transmissão experimental em Super Hi Vision, a partir de Glasgow, Bradford e Londres (também uma inovação das Olimpíadas);
- 24 horas de notícias em todas as plataformas, incluindo serviços *on-line* e *mobile*;

²⁹⁹ COWAN, Malcolm. How the BBC Produced the Olympics [video].

- Cem câmeras extras dedicadas à cobertura unilateral.

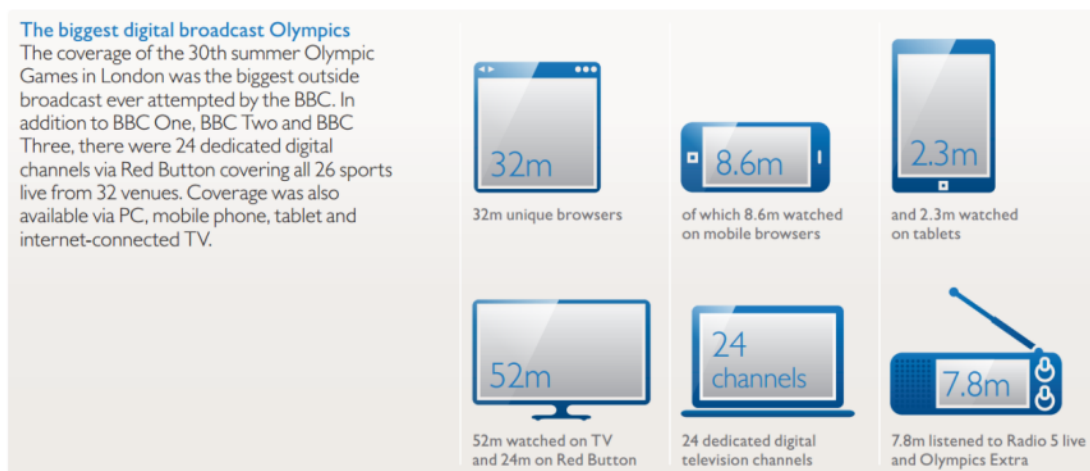


Figura 44: “A cobertura da 30ª edição dos Jogos Olímpicos em Londres foi a maior transmissão externa jamais realizada pela BBC.”

Fonte: BBC.

Uma profusão temporal e territorial de visualidades programadas, defendida por um pelotão de lideranças da BBC nos blogues oficiais e nas contas de seus diretores no Twitter em táticas discursivas (FOUCAULT, 1997) tensionadas insistentemente, não apenas pelo mercado e pelo IOC, mas também por uma audiência atenta, informada e inquisitiva. Os comentários no blogue expandiam a durabilidade e o alcance dos discursos defensivos da emissora em sua tentativa de permanecer leal ao contrato assinado com o IOC, ao mesmo tempo em que precisava justificar as recorrentes críticas do público relativas aos altos custos envolvidos na proliferação de plataformas, verdadeiros videodutos, injustificáveis para muitos dos que questionavam as publicações de Mosey.

Em um desses *posts*, de 2012, Mosey se posiciona diante das recorrentes críticas relativas aos gastos da BBC: “Haverá alguns críticos que questionarão estes números e, claro, quem não atacaria um número superior a algumas dúzias. Portanto, deixe-me explicar alguns fatos e contextos. Grandes eventos exigem níveis de pessoal significativos.” (MOSEY, 2012, s.p.)

A explicação utiliza os números das concorrentes americanas como parâmetro, já que a NBC teria levado 2.800 pessoas à China.

Enquanto isso, há também o argumento muito estranho de que seria problema se os níveis de pessoal da BBC forem maiores do que o tamanho do Team GB - como se uma equipe GB e o fato de serem mil atletas justificasse termos uma equipe de 999. Na verdade, temos de cobrir todas as

nações que participam nos Jogos Olímpicos; e as nossas equipes são movidas pela escala de cobertura global, não pelo número de atletas britânicos concorrentes (MOSEY, 2012).

De forma recorrente, Mosey utiliza de discursos e silêncios para se posicionar, sem denunciar as pressões externas, numa complexa manobra de construção de verdades não muito convincentes. “Sabemos que a audiência britânica espera que façamos uma boa cobertura e é um momento único para este país, em que as emissoras serão obrigadas a viver para o evento” (MOSEY, 2012). Este *post* foi atravessado por 64 comentários, a maioria negativos. As críticas negativas podem ser agregadas em torno dos seguintes temas: tecnologia, financeiro, qualidade jornalística, direitos de transmissão, dependência da OBS, temporalidade, saturação.

Algumas remetem diretamente à conexão entre a BBC e as Olimpíadas, questionando os interesses da emissora e o fato de ela estar apenas “acrescentando camadas de opinião” à transmissão da OBS. Outras questionam o volume de horas de cobertura em contraposição aos reais interesses da audiência. Dois comentários criticam as inovações tecnológicas, interrogando sobre a necessidade de tantas novidades, que poluem as imagens como o investimento em 3D. “Esta tecnologia é muito cara e será utilizada às custas de todos os pagadores de licença para um truque que só pode ser apreciado por um grupo muito seletivo que, verdade seja dita, provavelmente irá utilizar seus aparelhos 3D para assistir à cobertura inevitavelmente mais cheia de truques da Sky”³⁰⁰ (BEBBET, 2012, s.p., tradução nossa).³⁰¹³⁰²

Roger Mosey respondeu a dezessete críticas, principalmente em relação ao volume de horas de cobertura e à relação com a OBS. Segundo ele, “a era digital presume mostrar todo o conteúdo disponível” e a OBS só fornece imagens padrão das provas, obrigando a BBC a investir em câmeras exclusivas, em comentaristas e também na cobertura de rádio.

Em determinado momento, envolveu-se em amplo debate virtual com um dos internautas com codinome Think Tank, no qual aponta a relevância mundial dos Jogos Olímpicos e a

³⁰⁰ Emissora de canal fechado, por assinatura.

³⁰¹ BEBBET. Comentário ao *post* de MOSEY (2012). Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/blogs/legacy/rogermosey/2012/04/probably_the_biggest_single_th.html>. Acesso em: 22 mar. 2015.

³⁰² For a perhaps more pertinent example, why 3D? That is very expensive tech being used at every licence payer's expense for a gimmick that can be enjoyed by a very select few who, let's face it, will probably be using their 3D TVs to watch Sky's inevitably gimmickier coverage.

importância do evento para a emissora e para o país. Esse internauta, muito bem informado e fundamentado, apresentou dados e questionou Mosey sobre números genéricos oficiais, “nunca comprovados”, que sempre vêm a público nas Olimpíadas.

Mosey respondeu várias questões sobre Olimpíadas anteriores, defendendo a importância do investimento em Londres, mas em nenhum momento deixou transparecer nos discursos, ou nos silêncios, o jogo de relações que contribuiu para conformar o composto da cobertura dos Jogos Olímpicos de Verão pela BBC em 2012.

4.4.5 Redes sociais *on-line*

Em nosso hiperdispositivo, as redes sociais *on-line* se revelam inicialmente enquanto linhas de ruptura; entretanto, vão se transformando em linhas de força em seu entrelaçamento intermediário com os veículos jornalísticos. Embora transpareçam enquanto resistência em vários momentos, esses discursos fragmentados passam a fazer sentido quando são agrupados em uma histórica linear ou quando são absorvidos pela mídia de massa.



Figura 45: Página da BBC dedicada à cobertura das Olimpíadas de 2012.
Fonte: Facebook.

A página da BBC no Facebook (Figura 45) entrou no ar em 27 de julho de 2010, anunciando também um novo *website*. (Figura 46)



Figura 46: Post de lançamento da página no Facebook destinada às Olimpíadas.
Fonte: Facebook.

Buscando ampliar as informações sobre as estratégias de utilização das redes sociais na cobertura olímpica, fizemos uma busca simples, no Google UK, com os termos “*olympics and social networks bbc*”, sem discriminação de tempo. Imergimos nos dez primeiros resultados, sendo quatro artigos da própria BBC e os demais, de origens diversas, como veremos.

O primeiro *link* é um artigo do professor da University of the West of Scotland, Andy Miah, publicado na última semana de Olimpíadas, com o título "Viewpoint: London 2012, a social media Olympics to remember" e trata sobre a 'Twittoesfera'. Segundo Miah (2012), Twitter, Facebook e outros *sites* de redes sociais *on-line* teriam sido parte central de muitos furos de reportagem durante os Jogos, elevando Londres 2012 ao *status* de “primeira Olimpíada de mídias verdadeiramente sociais.”

Embora os defensores olímpicos tenham previsto essa onda de conteúdo social, eles não poderiam ter previsto que a principal história relacionada às mídias sociais nos Jogos seria sobre como isso funcionou como pauta para emissoras e impresso – onde citações diretas do Twitter foram utilizadas com regularidade para explicar o que acontecia no entorno dos Jogos. A primeira história vazou pouco antes dos Jogos, quando o atleta grego Voula Papachristou foi excluído da equipe olímpica por causa de um tuíte considerado racista (MIAH, 2012, s.p., tradução nossa).³⁰³

A reação de Lord Coe, presidente do Comitê Olímpico londrino, segundo Miah (2012), foi de preocupação ao correlacionar as atividades nas redes sociais com o desempenho dos atletas. O Twitter voltou a ser o foco das atenções e de tensionamento com a mídia quando o diretor artístico responsável pela cerimônia de abertura dos Jogos, Danny Boyle, encorajou os

³⁰³ While Olympic advocates foresaw this tidal wave of social media content, they could not have expected that the main social media story of the Games was how it functioned as a news source for broadcasters and the printed press - where regularly direct quotes were used from Twitter to explain what was happening around the Games. The first story broke just before the Games, when Greek athlete Voula Papachristou was excluded from the Olympic team for what was deemed to be a racist tweet.

voluntários a manterem segredo sobre a Cerimônia de Abertura, postando a *hashtag* #savethesurprise. Porém, apesar da adesão dos participantes, foi ultrapassado pela imprensa, que vazou conteúdo embargado de uma entrevista coletiva acontecida semanas antes.

Na noite da abertura, Sir Tim Berners-Lee, inventor da World Wide Web, tuitou ao vivo do Estádio Olímpico, numa dinâmica condizente com a apropriação, pelo mecanismo verticalizado olímpico, das táticas características das lógicas horizontalizadas. (Fig. 48) A ação de Berners-Lee foi logo absorvida intermediaticamente pelos jornais, emissoras de rádio e TV de todo o mundo, caracterizando um movimento cada vez mais presente na conjunção convergente de mídias de massa com ferramentas digitais como o Twitter.



Figura 47: Tuíte de Tim Berners-Lee na cerimônia de abertura de Londres 2012.

Fonte: Twitter.

No dia seguinte, mais uma polêmica, desta vez envolvendo o ministro do Partido Conservador, Aidan Burley, ao postar no microblogue que a cerimônia teria sido “uma porcaria multicultural esquerdista”. (Fig. 49) O tuíte e a resposta do Primeiro-Ministro David Cameron foram matéria na BBC³⁰⁴, na qual ele reforça seu posicionamento de que a “cerimônia foi politizada”.

³⁰⁴ Cf. <<http://www.bbc.com/news/uk-19025518>>.



Figura 48: BBC repercute tuíte do conservador Aidan Burley.
Fonte: BBC News.

A reação do Comitê Olímpico Internacional destoou da ampla e espontânea movimentação nas redes. No primeiro dia dos Jogos, o diretor de Comunicação, Mark Adams, pediu aos tuiteiros para limitarem suas publicações alegando que a intervenção com o sinal GPS teria prejudicado as transmissões das provas de ciclismo. Ao seguirmos os rastros dessa história, encontramos o Twitter tensionando a cobertura da própria BBC, segundo notícia do *The Guardian*, em 29 de julho de 2012. Durante as transmissões da prova de ciclismo nas ruas de Londres, o comentarista Chris Boardman ficou sem informação sobre a posição e o tempo de prova dos participantes, sendo obrigado a utilizar seu próprio relógio para continuar a narração. A BBC culpou a OBS pela falha; o COI culpou os usuários do Twitter. A notícia rodou mundo e nos levou a *sites* e blogues com críticas à reação de Mark Adams, mesclando uma movimentação multimídia, intermídia.

Uma dessas críticas informa a importância do Twitter naquela que foi batizada de “Olimpíada Social”. De acordo com o blogue AMP your Strat, mais de 150 milhões de tuítes circularam durante os Jogos nos 16 dias de provas. Dados do próprio Twitter revelam que só na Cerimônia de Abertura foram 9,66 milhões de tuítes.

O perfil oficial do COI no Twitter @London2012 tem hoje, abril de 2015, 1.373.595 seguidores, contra apenas 115 mil do perfil @BBC2012. Enquanto os *posts* oficiais chegaram a ter picos de 3 mil compartilhamentos, os da BBC não passaram de 100, revelando uma estratégia tímida da emissora no uso dessa plataforma.

Em 2013, entrevistamos Alex Murray, um dos jornalistas responsáveis pelas mídias sociais da BBC durante as Olimpíadas. O objetivo principal da emissora, segundo Murray, foi de “fazer com que a participação de atletas e figuras de destaque nas redes sociais se transformasse em uma parte relevante da conversa com a nossa audiência.” (MURRAY, 2013, entrevista à autora). Originalmente, ele revela que

foi proposta uma ênfase maior na BBC Three com seu público mais jovem, mais sintonizado com as mídias sociais, nomeadamente programas apresentados por Jake Humphrey. Uma vez que começamos a desenvolver a proposta, tornou-se óbvio que poderíamos incorporar esse uso em vários outros momentos da nossa programação. [...] Nosso maior objetivo foi integrar a conversa das redes com a televisão de forma natural, sem ficar chamando a atenção para o fato de isso ter sido publicado aqui ou ali.



Figura 49: Programa de Jake Humphrey utilizando tuítes de atletas olímpicos e Kinetrak.
Fonte: Captura de tela BBC.

Ainda segundo Murray, a BBC utilizou as tecnologias Kinetrak³⁰⁵ e Splashtop³⁰⁶ para interagir remotamente com telas diversas na televisão. (Fig. 50) *The Guardian* trouxe reportagem a respeito em 26 de junho de 2012 e interrogou Roger Mosey sobre a utilidade de tantas novidades. Segundo Mosey, o objetivo da BBC era mostrar esportes ao vivo, “mas se você usa algo como o Kinetrak para tornar as coisas mais interessantes, isso pode ser a cereja do bolo”. (THE GUARDIAN, 2012, s.p.)

A BBC utilizou três *hashtags*, durante as transmissões, para “manter a simplicidade”, segundo Murray: **#bbc2012** foi utilizada em todas as plataformas (TV e social), com um ponto de

³⁰⁵ Movimentação da tela a distância. Para saber mais, cf. <<https://vimeo.com/49440044>>.

³⁰⁶ Cf. <<http://www.splashtop.com/>>.

referência para interagir com a audiência; **#bbcthree2012** foi utilizada para inserir as falas nos programas; **#bbcmoment** serviu para destacar momentos importantes e “inspiradores”.

Entretanto, a integração do Twitter com a televisão também levantou questões sobre as distintas temporalidades de cada mídia. Segundo Murray, muitas vezes o Twitter era movimentado fora dos horários dos programas e sua utilização pareceria ultrapassada. Outras vezes, as ações na televisão se desenrolavam de forma tão intensa que as inserções do Twitter poderiam quebrar o clima da narrativa. Ainda sobre a inserção do Twitter no fluxo da programação televisiva, uma das formas discursivas dessa mídia (JOST, 2010), Murray considera que há muito por explorar.

Parte do nosso papel é identificar claramente as oportunidades para inserção de conteúdo das mídias sociais, o que requer conhecimento do calendário dos eventos ao vivo, além da conexão com os editores para casar as duas programações. Isso acabou sendo mais fácil nas duas extremidades do dia, muito cedo ou mais tarde, quando a ação típica das provas diminuía de intensidade. Durante os momentos de pico, é bastante complicado, porque a programação oscila muito. Ainda há o problema da simultaneidade dos programas. As tecnologias móveis ajudam, mas, ainda assim, os profissionais têm que se deslocar para dar assistência a diferentes programas. Percebemos que o ideal é treinar as pessoas responsáveis, de forma a ficarem menos dependentes de um produtor de mídias sociais (MURRAY, 2012, entrevista à autora).

As colocações de Murray e a nossa observação sobre a movimentação da BBC nas redes sociais durante as Olimpíadas demonstram, no nosso entendimento, uma relação ainda imatura, com tendência de a televisão absorver o Twitter em suas rotinas tradicionais (JOST, 2010) enquanto mais uma fonte, dissolvendo seu potencial nas velhas práticas de uma mídia octogenária. Aquilo que as redes apresentam de mais instigante, como os questionamentos da audiência em relação à emissora, acaba sem resposta, como foi o caso de um internauta, codinome Whyemandesign, em um dos *posts* de Mosey.

Com quem posso falar na BBC sobre fazer a Olimpíada Cultural acessível a todos? A BBC e os jogos teriam de chegar e conversar com o público de uma forma nunca feita antes se quiserem ter sucesso. No passado, as pessoas tentaram e falharam como se estivessem com medo de deixar o público falar livremente. Mas agora a internet está aqui, está na hora de os jogos e de a BBC ajudarem o público a ver o que eles têm a oferecer ao mundo

(WHYEMANDESIGN, comentário ao *post* de MOSEY, 2009c, tradução nossa).³⁰⁷

O *post* não foi respondido diretamente. No entanto, em setembro de 2009, ao palestrar no IBC Amsterdam, Mosey externou a posição da BBC sobre as redes sociais:

O segundo [ponto que gostaria de abordar é] o crescimento das redes sociais - fornecendo a conexão entre indivíduos e grupos, mas também a capacidade de criar e compartilhar conteúdo com facilidade. A produção está no YouTube, Facebook e Twitter; e a maioria de nós, na mídia, já acomodou muito mais das vozes do povo - e suas fotos e vídeo - como parte de nossa rotina diária. Se essas pessoas querem falar, podemos permitir isso e compartilhar os benefícios. Para algumas empresas, este é o seu negócio principal, o que é ótimo; enquanto para nós é algo que pode ampliar e iluminar a nossa oferta de conteúdos (MOSEY, 2009d, s.p., tradução nossa).³⁰⁸

Essa posição parece reafirmar o que observamos acima sobre a tendência de dissolver as redes sociais enquanto mera ferramenta a serviço das programações televisivas. Entendemos ser esta uma prática recorrente, hoje, nas mídias de massa.

4.5 HIPERDISPOSITIVO, MULTIMIDIALIDADES, INTERMIDIALIDADES, TRANSMIDIALIDADES E MULTIPLATAFORMAS

Neste processo de mapeamento, vemos configurar-se uma cartografia do emaranhado constitutivo do hiperdispositivo que nos propusemos a desvelar. Camadas múltiplas de territorialidades muitas vezes justapostas, nas quais curvas são constituídas alargadas ou desviadas, a depender das linhas de força em ação nas diversas temporalidades acionadas ou não. Regimes de visualidades conformam ou desconformam, sedimentam-se ou se dissolvem

³⁰⁷ Who can I talk to in the BBC about making the cultural Olympiad accessible to all? The BBC and games would have to reach out and talk to the public in a way never done before if this was to be achieved any way near successfully. In the past people have tried and failed as they appear to have been to scared to let the public speak freely but now the internet is hear it is time for the games / BBC to help the public show what they have to give (and have been giving) to the world (charity/coop...for starters).

³⁰⁸ The second is, of course, the growth of social networking - providing the connection between individuals and groups, but also the ability to create and share content with ease. It's produced YouTube, Facebook and Twitter; and most of us in the media have accommodated much more of the people's voice - and their pictures and videos - as part of our daily business. If it's content people want to talk about, we can now enable it and share the benefits. For some companies it's their entire business, which is great; while for us it's something that can expand and illuminate our provision of content.

embalados por estratégias e táticas várias. Ao conformarem, se transformam. Ao se transformarem, reconformam. Nesses fluxos e refluxos deixam entrever, ainda que às vezes turvadamente, seus modos de ser, saber, poder.

A depender da linha acionada nesse novelo, percebemos facetas contingentes de uma televisualidade construída sobre um feixe complexo de relações. A televisão que se mostra fala pouco de si. Mas se a surpreendemos com interrogações, responde ininterruptamente. Assim como o sexo em Foucault, a televisão “foi um dia capturada por um mecanismo bastante feérico” (FOUCAULT, 2014, p. 85) – o qual nomeamos convergência de mídias –, ao ponto de quase se tornar invisível. Uma invisibilidade capaz de revelar muito de si e dos outros, em jogos refinados de luzes e cores.

Em regime de enredamento com o jornalismo e os esportes, muitas vezes fala, sem nada dizer. Outras vezes, diz no silêncio. Vários falam por ela, apresentam-se sabedores de seus segredos, de sua saúde, de seus rumos. Mas as portas abertas podem enganar, ocultar outras múltiplas entradas, labirínticos modos de se configurar. Enxergar o jornalismo que ali se conforma revela-se tarefa complexa, “um dos mais complexos dispositivos da contemporaneidade” (BRUCK, 2012, p. 13). Está envolto por discursos apocalípticos, tecnologias dispersivas, técnicas eficazes, modelos desconexos, arquiteturas estratégicas, rotinas arraigadas, sujeitos, vontades, vaidades, iras, escândalos. Tensionado pela necessidade de absorver novidades, como se de fato fosse fazer delas algo absolutamente diferenciado, um jornalismo que se justifica por meio de rótulos. Para preservar o que um dia pensou ser, compartimenta-se em departamentos e gêneros, como se esses fossem capazes de vedar as fissuras por onde conteúdos muitas vezes considerados de segunda ordem pelos próprios jornalistas – entretenimento, esportes, moda – irão se esgueirar e revelar outras roupagens possíveis.

O jornalismo hoje está colocado “no centro de uma formidável petição de saber” (FOUCAULT, 2006, p. 86). Múltipla petição, pois nos força a questionar a quantas anda, enquanto ele próprio se diz perdido, sem rumos. Estará mesmo sem rumos? Ou poderíamos pensá-lo enraizado por demais nos caminhos que traçou para si? Arraigado ao ponto de ignorar outros devires, deixando-se guiar por dispositivos contraditórios com seus valores e enunciados.

O sucesso do poder, diz Foucault (1999), está na proporção daquilo que consegue ocultar dentre seus mecanismos. Pensar o jornalismo em suas relações de saber-poder é reconhecer a premissa dos segredos que o envolvem. Segredos que nós, jornalistas, ajudamos a elaborar

todos os dias, pactuando com relações e intervenções silenciadas ou gritadas, na tentativa de convencer sobre nossa credibilidade. O segredo está na fala verborrágica das imagens. Na profusão de discursos que ocultam. Nas múltiplas telas que caçam a audiência dispersa. O segredo aqui referido não é da ordem do abuso, do ocultamento simplório. É um segredo indispensável, pois predispõe à aceitabilidade. Ainda assim, é ocultação. Mas uma ocultação que não se opõe à *transparência*, princípio tão caro ao jornalismo. Deixar *trans parecer* significa, no nosso entendimento, abrir-se às conversas, impregnar-se por outros modos de ver, acrescentar novos olhares à profusão de telas, traçando linhas de fuga coerentes com seus princípios primeiros, constituindo modos de ser, aí sim, *trans midiáticos*, no sentido de possibilitar a circulação, a construção coletiva, a incorporação das múltiplas vozes, das polifonias sociais.

Ao enredar-se a dispositivos afeitos a estratégias de repressão normativa como as Olimpíadas, aceitando, em regime de convivência e lealdade, suas regras, o telejornalismo se distancia destes princípios, cai nas armadilhas da profusão imagética, lê em cartilhas alheias. Assume-se enquanto parceiro, ainda que crítico. Vira refém de um Circus Maximus (ZIMBALIST, 2015), contribuindo para sua perpetuação, deixando-se seduzir por seus espetáculos refinados, constituindo-se por meio dele.

Entretanto, esta não é a faceta única do dispositivo jornalístico em regime de acoplamento com as mídias e os esportes. Linhas de fuga se configuram por meio de denúncias, do afrontamento às regras, da abertura de janelas outras, ainda que sujeitas ao escanteio dos comentários em um blogue. O mesmo mecanismo que oculta, revela e nos permite enxergar criticamente outras facetas do espetáculo olímpico. Onde há poder, diz Foucault, há resistência.

Somos todos parte do hiperdispositivo que aqui apontamos, já que estamos conectados na mesma trama que os configura. Desse modo podemos também considerar os diversos sujeitos da luta anti-olímpica visitados nesta tese. O processo de convergência de mídias não pode existir senão “em função de uma multiplicidade de pontos de resistência que representam, nas relações de poder, o papel de adversário, de alvo, de apoio, de saliência” (FOUCAULT, 2006, p. 104). As resistências em si só podem existir no campo das estratégias deste hiperdispositivo enquanto “locutores irreduzíveis”.

Embora distribuídas de forma irregular em todo o mundo, as mídias conectadas em rede constituem-se cada vez mais em suporte para a formação de “focos e disseminação”. Entretanto, como pudemos observar, o próprio dispositivo midiático que as une, também isola, a depender das temporalidades e territorialidades acionadas, o que acaba por transformá-las em “pontos de resistência móveis e transitórios”, provocando clivagens no hiperdispositivo, mas não rupturas. Pelo menos por ora, já que, segundo Foucault, da mesma forma que a rede de relações de poder acaba formando um tecido espesso que atravessa as instituições sem nelas se localizar, também os pontos de resistência pulverizados atravessam as redes e atingem indivíduos. É essa codificação estratégica, diz o filósofo francês, que torna possível a revolução.

Quando as luzes do espetáculo olímpico se apagam em um território, deixam ali as marcas da sua interferência que, impulsionadas pelas memórias em rede (Huysen, 2000), se potencializam, intervindo, como vimos, nas curvas de visibilidade da máquina olímpica. Revela-se sintomática a recusa de países europeus em receber o aparato olímpico nos próximos anos, em função da recusa de seus cidadãos frente aos gastos excessivos e pouco retorno social (ZIMBALIST, 2015). Também parece-nos relevante a informação de Beckler (2013) sobre o distanciamento das mídias tradicionais, em expressivo esvaziamento da cobertura dos Jogos, muito embora estejam sendo substituídos por sujeitos multimidiáticos. Uma midialidade múltipla forjada sobre rigoroso regime normativo, já que, por multimidialidade, compreendemos expressões em textos polifônicos, em mensagens mescladas, remixáveis, remexíveis. Aquela linguagem com a qual se comunicam os jovens, alvo primeiro da estratégia de sobrevivência olímpica. Estratégia incapaz de enxergar a própria contradição (ou talvez silencie-se sobre ela), uma vez que promove o policialesco apagamento dos produtos multimídia gerados espontaneamente pelo seu público de interesse.

Se partimos da perspectiva intermediática de Alzamora e Tárzia (2012), acrescentamos à definição os usos, muitas vezes limitados, das vozes em rede, opção da BBC na maior parte de sua cobertura olímpica. Por esta perspectiva, intermidialidade se refere não apenas a “formas de produção e circulação de informações que se estabelecem no cruzamento e complementariedade de ambientes midiáticos variados” (p. 11), sem o “deslocamento ou alteração no referencial midiático” (p. 11), mas também a conversações interceptadas e apropriadas pelas diversas mídias, sem que signifiquem uma interferência nos conteúdos de

cada uma delas. Por multiplataformas, na perspectiva desta tese, compreendemos uma perspectiva mais abrangente, podendo configurar-se em sua perspectiva intermediática ou transmidiática, como apontamos no projeto Olympic Dreams, da própria BBC.

4.5.1 Sobre “mortes” e novos compostos

Deleuze (1988) se refere ao princípio geral de Foucault: “toda forma é um composto de relações de forças. Estando dadas forças, perguntar-se-á então primeiramente com que forças de fora elas entram em relação e, em seguida, qual a forma resultante.” (DELEUZE, 1988, p. 132)

Nesta tese, partimos das forças em três dispositivos agregados circunstancialmente – jornalístico, midiático e esportivo. Forças de divulgar, congregar, encantar, cujo acomplamento histórico conformou um emaranhado de linhas de sedimentação, mas também de fissura, tensão. Tratamos, em nossa caminhada, de saber com quais outras forças, aquelas forças entraram em relação e em que formas resultaram este “composto de forças” (DELEUZE, 1988, p. 132).

Reconhecemos, genealogicamente, forças de fora e de dentro, em cada dispositivo analisado, capazes de abrir brechas e evidenciar contradições e preenchimentos estratégicos no hiperdispositivo. Esses momentos, Carlón (2004) identifica como efeito *blow up* de um hiperdispositivo, quando algo imprevisto pode chegar a modificar o curso dos acontecimentos. Podemos destacar entre 1896 (1ª edição dos Jogos Olímpicos Modernos) e 2012 (nosso objeto de estudo) três desses efeitos, em que forças estiveram tensionadas ao ponto de reconformar os compostos anteriores.

No período Coubertin, que identificaremos como **forma-jornal**, em que os Jogos Olímpicos estiveram pautados pelos padrões maçons de amizade e lealdade, a elite burguesa emergente, da qual faziam parte os donos de jornais, ajudou a sustentar o projeto do barão francês. Tratou-se de um momento em que as curvas de visibilidade foram construídas a partir de relações pessoais, das amizades, quase um *playground* das elites, já que “apenas as classes abastadas tinham tempo de lazer para se engajar em esportes” (ZIMBALIST, 2015, p. 8) e o caráter amador das competições limitava a participação daqueles que faziam dos esportes uma profissão. Esse período foi marcado pelo domínio da imprensa enquanto “quarto poder”

– termo cunhado na Grã-Bretanha pelo jornalista F. Knight Hunt, no final do século XIX – e pela efervescente conexão dos donos de jornais especializados em esporte com os promotores de eventos esportivos – caso das Olimpíadas, uma vez que o próprio Barão de Coubertin era jornalista. As possíveis linhas de fissura à época – cinema e rádio –, foram rapidamente apagadas pela força da mídia impressa, que se sedimentou enquanto principal fonte de informações sobre as Olimpíadas em todo o mundo até o advento da mídia televisão (JOST, 2010), no pós-Guerra, em 1948.

As forças da imprensa escrita e do esporte amador entraram em relação com outras forças, como a expansão do capitalismo, construção de identidades nacionais e imperiais, industrialização, crescimento das massas urbanas (SILVA; ZIVIANI; MADEIRA, 2014) e com o apelo cada vez mais significativo da mídia eletrônica, em meados do século XX, formando um novo composto, que identificaremos como **forma-televisão**, com novos regimes temporais, visuais e territoriais. O surgimento de um novo composto, no nosso entendimento, não significa a morte da forma-jornal, mas seu relativo apagamento nas relações de saber/poder estabelecidas entre a nova mídia e o universo olímpico. Neste período, cabe à forma-jornal o papel de fixar-se enquanto quarto poder, questionando justamente a conexão considerada escandalosa entre televisão e Olimpíadas, na “formação histórica” (DELEUZE, 1988, p. 134) das décadas de 1970 a 1990.

A década de 1990 está marcada por uma terceira dobra significativa: o surgimento da internet comercial, com ramificações capazes de tensionar todas as outras formas dos dispositivos analisados, configurando a **forma-internet**.

Porém, “é evidente”, diz Deleuze (1988, p. 134), que “toda forma é precária, pois depende das relações de forças e de suas mutações.”. A questão, sempre retomada, é se as forças “só compõem uma forma entrando em relação com as forças do lado de fora, com quais novas forças elas correm o risco de entrar em relação agora” (DELEUZE, 1988, p. 134) e que nova forma poderia advir, que não seja mais nem forma-jornal, nem forma-televisão, nem forma-internet? Está aí, consideramos, o lugar da **forma-hiperdispositivo**, enquanto possibilidade de leitura (atlas) do que significa o confronto dos dispositivos jornalístico, esportivo e midiático com as forças do processo de convergência de mídias, estrato composto a partir dos embates entre as formas jornal/televisão/internet ao qual se junta outra potente força de fora: a participação dos cidadãos enquanto mídia, em uma “superdobra”.

Como diria Foucault, em relação à tão polêmica morte do homem³⁰⁹, o super-homem (hiperdispositivo) é menos que o desaparecimento dos homens existentes (forma-jornal, forma-televisão, forma-internet) e muito mais que a mudança de um conceito: é o surgimento de uma nova forma, nem jornal, nem televisão, nem internet, a qual esperamos, não será pior que as suas precedentes.

³⁰⁹ Essa afirmação de Foucault foi muitas vezes mal compreendida. Àqueles que o criticaram em relação à morte do homem, diz Foucault (2011, p. 108): “Não se trata de afirmar que o homem está morto (ou que vai desaparecer, ou que será substituído pelo super-homem), trata-se, a partir desse tema, que não é meu e que não cessou de ser repetido desde o final do século XIX, de ver de que maneira e segundo que regras se formou e funcionou o conceito de homem. Fiz a mesma coisa para a noção de autor. Contenhamos, pois, as lágrimas”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS



Existem momentos na vida em que a questão de saber se se pode pensar diferentemente do que se pensa, e perceber diferentemente do que se vê, é indispensável para continuar a olhar ou a refletir.
(FOUCAULT, 1984, p. 13)

O projeto original, no qual se baseou esta pesquisa, buscava nos processos e no produto uma forma de compreender o jornalismo em contexto de convergência de mídias (JENKINS, 2006). Aquela proposta trazia muitas certezas e algumas perguntas. Tinha como cerne as rotinas produtivas (GORDON, 2003; LAWSON-BORDERS, 2005; DOCTOR, 2010), as mudanças nas redações (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008), nas formas de produção da notícia (PAVLIK, 2003; PAVLIK; McINTOSH, 2010; BARNAS, 2010), e encontrava nas Olimpíadas e na BBC, o suporte para compreendê-las historicamente. A partir daí, pretendíamos ampliar o entendimento sobre os conceitos de multimídia (LANDOW, 1994; BULL, 2010; ALZAMORA; TÁRCIA, 2013), intermídia (DUDRAH, 2012; ALZAMORA; TÁRCIA, 2013) e transmídia (JENKINS, 2006; SCOLARI, 2010; ALZAMORA; TÁRCIA, 2013; GAMBARATO, 2013).

Essa proposta permeou o encaminhamento da tese no embarque para Barcelona, doutorado sanduíche, e permaneceu conosco até o desembarque em Lausanne, Suíça, cerne do domínio olímpico (ZIMBALIST, 2015; BARNEY; WENN; MARTYN 2004). Foi preciso uma linha de força potente para provocar fissuras e brechas nas certezas (FOUCAULT, 1976, 2006). Para isso, contribuíram ruas, prédios, jardins, estátuas, lagos e montanhas.



Todo sistema de educação é uma maneira política de manter ou de modificar a apropriação dos discursos, com os saberes e os poderes que eles trazem consigo.
(FOUCAULT, 1996, p. 43)

O encantamento com a eficiência e a receptividade do Centro de Estudos Olímpicos, no qual permanecemos por uma semana, acrescentou camadas às perguntas, atravessamentos, emaranhados, potentes na tarefa de desfazer conexões, romper nós, instaurar incertezas.

A beleza, a sutileza, a riqueza do entorno olímpico (BILLINGS, 2009) não provocaram apenas admiração. Trouxeram consigo o incômodo. Incômodo de um sujeito alheio ao universo esportivo, embora envolto em sua cultura, perpassado por seus apelos, impregnado pelo seu poder de detonar arroubos de alegria e algazarra no território contraditório em que se insere.



Édipo não se cegou por culpa, mas por excesso de informação.

(FOUCAULT, 2005, s.p.)

O incômodo foi apartado, afastado do trajeto, relegado a um cantinho da mente, que buscava saber e foi alimentada por centenas de relatórios, belos livros, arquivos sedutoramente “secretos” recém-advindos a público após o embargo de 20 anos a que estão sujeitos os registros olímpicos (MORAGAS SPA, 2006). O saber parece ter seus caminhos para nos impregnar de poder.

O conteúdo do capítulo 2 despontou nas entrelinhas do muito que lemos no Centro de Estudos suíço; entretanto, não foi ali que soubemos identificar seu valor. Enquanto lá permanecemos,



O novo não está no que é dito, mas no acontecimento de sua volta.

(FOUCAULT, 1996, p. 26)

coletamos o máximo possível de dados, no insano esforço de construir temporalidades possíveis (HUYSSSEN, 2000).

Moscou, outubro de 2013, acrescentou linhas de tensão ao volume de informações acumuladas. Acontecia ali a cerimônia de chegada da tocha olímpica dos Jogos Olímpicos de Inverno 2014, destinados ao pequeno balneário de Sochi. A bela Praça Vermelha estava interditada. Do espetáculo, nada se via. Estava apartado daqueles que, como eu, não possuíam a chave para ultrapassar o pesado esquema de segurança. Nem por detrás do alambrado era possível ver. Só vozes de ensaios chegavam até os curiosos. A nós, turistas comuns, sobravam as compras, as marcas em profusão, Coca-Cola, Visa, McDonalds, Samsung, a cem metros do túmulo de Lênin (BARNEY; WENN; MARTYN, 2002). Ali floresciam os impressionantes apelos do *marketing* olímpico, impregnado da sabedoria dos consultores



Jamais interprete, experimente.
(DELEUZE, 1992, p. 109)

(SORRELL, 2009) encarregados de construir pacotes de certezas para navegar o incerto mar global.

A linha tensionadora final, capaz de provocar uma brecha significativa na condução da pesquisa aconteceu na semana que passamos em Salford, na magnífica sede da BBC Sport, acompanhando o que se apresentava como “o outro lado”: a cobertura dos Jogos Olímpicos de Inverno de Sochi, em 2014.

Foi ali que desengavetamos os incômodos arquivados em Lausanne e percebemos as intrincadas relações de saber-poder nas quais estão enredados os discursos do IOC e da BBC, do entretenimento e da informação jornalística no midiático contexto esportivo.

A partir desses incômodos, dos deslocamentos, das disputas, como propõe Foucault (1979, 2006), procuramos responder à pergunta principal desta tese: *De que modo e em que medida o processo de convergência de mídias - entendido como hiperdispositivo constituído a partir do acoplamento dos dispositivos esportivo, jornalístico e midiático - interferiu na cobertura do megaevento esportivo Jogos Olímpicos de Verão em 2012 pela BBC? E, de maneira mais ampla,*

como o desvelamento do intrincado feixe de relações on-line e off-line, que permeia a convergência de mídias em estudo, pode contribuir para a compreensão dos processos contemporâneos de comunicação?

E os objetivos:

- *Analisar historicamente o processo de convergência de mídias a partir da genealogia dos dispositivos esportivo, jornalístico e midiático entre 1896 e 2008;*
- *Compreender as relações entre convergência de mídias e jornalismo, a partir do telejornalismo especializado em esportes e da análise da cobertura do megaevento midiático Jogos Olímpicos de Verão pela BBC em 2012;*
- *Clarear os conceitos relacionados a esse universo, como multimídia, intermídia, transmídia e multiplataformas;*
- *Desenvolver uma metodologia para fazer frente a esse objeto em permanente estado de reconfiguração e composto por elementos heterogêneos, de complexa apreensão.*

Como observamos durante todo o percurso desta tese, o processo de convergência de mídias interferiu de várias e amplas maneiras na cobertura do megaevento esportivo Jogos Olímpicos de Verão em 2012 pela BBC. Ao longo da nossa pesquisa, vimos aflorar historicamente um complexo emaranhado de fios enredados e potencializados pelas forças e fissuras características dos embates entre regimes comunicacionais baseados nas culturas transmissivas e de compartilhamento, características dos fluxos contemporâneos de comunicação. Percebemos como a BBC responde com competência, beleza, eficiência, mas também com exageros, privilégios, lealdade às dobras internas e pressões externas resultantes dessa tessitura, assumindo para si, circunstancialmente, os ideais olímpicos, confundidos algumas vezes com os seus próprios, e se esmera em expansões visuais, territoriais e temporais por meio das múltiplas telas e temporalidades mistas. A BBC incorpora – ainda que timidamente – as possibilidades de conversação com a audiência, embora se apoie em plataformas outras, como os blogues, para vestir-se de transparência tática. As contradições desse enredamento não passam despercebidas de seu público. Esse embate, antes obscurecido no universo analógico das cartas e telefonemas à redação, ganha luz nas conexões digitais e se revela entre algoritmos diversos.

A investigação por meio da *Cartografia dos Dispositivos On e Off-line* aqui proposta, com base no diálogo entre a genealogia das relações de saber-poder (FOUCAULT, 1999) e cartografia de dispositivos (DELEUZE; GUATTARI, 1995) mostrou-se frutífera por possibilitar a compreensão das diversas camadas constituintes dessas relações em um processo histórico complexificado pelos ambientes comunicacionais contemporâneos.

Foi possível desvelar, por meio da noção de hiperdispositivo, uma intrincada relação polifônica, multidimensional e fluida, conformada genealogicamente e atravessada por linhas de força sedimentadoras e fissuras desestabilizadoras.

Mostrou-se fundamental nesse desvelamento, a identificação de alavancas deslocadoras de camadas discursivas e de silêncios, possibilitando entrever disputas e conflitos mobilizadores de estratégias de recomposição e recondução de curvas de visibilidade e enunciados nos dispositivos enredados.

Vozes advindas de territorialidades múltiplas, capturadas e analisadas nos interstícios *on* e *off-line*, representaram relevantes portas de acesso aos conflitos, caso das manifestações contra as intervenções nas cidades e seus espraiamentos midiáticos e jornalísticos.

A metodologia proposta também nos permitiu perceber o jornalismo televisivo especializado em esportes enquanto um elemento híbrido, capaz de conjugar características multi, inter e transmidiáticas, a depender das relações de saber-poder estabelecidas em processo de enredamento. A análise desses afloramentos narrativos distintos colaborou, no nosso entendimento, para clarear conceitos como multimídia, intermídia, transmídia e multiplataformas, além de percebê-los enquanto curvas de visibilidade acessadas em consonância com as relações de saber-poder acionadas em diferentes circunstâncias.

Desta forma, apontamos duas contribuições de ordem teórico-metodológica que, a nosso ver, podem ser agregadas aos estudos sobre as relações entre convergência de mídias e jornalismo: o conceito de hiperdispositivo e seu desvelamento na conjugação metodológica da genealogia/cartografia dos dispositivos *on* e *off-line*.

Entre as limitações da metodologia utilizada está a dificuldade em expandi-la para alcançar as lógicas algorítmicas, posicionando-nos, de certa forma, como reféns de outros dispositivos potentes, caso das movimentações estratégicas das ferramentas de busca *on-line*.

Assim, para pesquisas vindouras, algumas proposições nos parecem relevantes, como buscar compreender mais profundamente a convergência de mídias para além de uma conexão binária digital, como propõe Jenkins (2006), aprofundando-nos naquilo que consideramos uma camada extra de relações de saber-poder composta pelos algoritmos e metadados. Afinal, concluímos sobre a necessidade de atentarmos para o fluxo constante e movediço dos contextos digitais de pesquisa, aperfeiçoando os mecanismos necessários para desenvolver pesquisas sociais nesses ambientes, principalmente quando nos propomos a desmascarar os rituais e trazê-los à luz, derrubando sistemas que insistem em nos ordenar, ainda que nem sempre pacificamente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADI, A. Media Regulations and the Olympic Charter: a history of visible changes. *Journal of Olympic History*, n. 1, p. 48-57, 2013.

AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo? *Outra Travessia*, [S.l.], n. 5, p. 9-16, jan. 2005. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/Outra/article/view/12576>>. Acesso em: 30 jul. 2013.

ALBUQUERQUE JR *et al.* Apresentação: uma cartografia das margens. In: *Cartografias de Foucault*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008. p. 9-12.

ALVES, Ieda Maria. O prefixo hiper- em um *corpus* jornalístico do português brasileiro. *Matraga: estudos linguísticos e literários*. Rio de Janeiro: Universidade do Rio de Janeiro, v. 28, n.28, p. 129-142, jan.-jun. 2011.

ALZAMORA, Geane; TÁRCIA, Lorena. Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, n. 1, p. 22-35, 2012a.

ALZAMORA, Geane; TÁRCIA, Lorena. A narrativa jornalística transmidiática: considerações sobre o prefixo trans. In: LONGHI, Raquel; d'ANDREA, Carlos. *Jornalismo convergente: reflexões, apropriações, experiências*. Florianópolis: Insular, 2012b. p. 15-31.

ALZAMORA, Geane; TÁRCIA, Lorena. Da prática monomídia à perspectiva transmídia: convergência na história da cobertura jornalística dos Jogos Olímpicos. *Anais do 9º Encontro Nacional de História da Mídia*. 30 de maio a 1º de junho de 2013, Ouro Preto. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-digital/da-pratica-monomidia-a-perspectiva-transmidia-convergencia-na-historia-da-cobertura-jornalistica-dos-jogos-olimpicos>>. Acesso em: 2 fev. 2015.

ALZAMORA, Geane Carvalho; RODRIGUES, Tacyana Karinna Arce. “Fora Rede Globo”: a representação televisiva das “Jornadas de Junho” em conexões intermídia. *Revista ECO-Pós*, v. 17, n. 1, 2014, p. 1-12.

ALZAMORA, Geane Carvalho; RODRIGUES, Tacyana Karinna Arce; UTSCH, Raquel. Acontecimentos agenciados em rede: os eventos do Facebook no dispositivo protesto. In: SILVA, R. H. A. *Ruas e redes: dinâmicas dos protestosBR*. Belo Horizonte, Editora Autêntica, 2014. p. 39-65.

ALZAMORA, Geane; ZILLER, Joana. A dinâmica associativa das mídias sociais: semiose e convergência. *TECCOGS: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas*, São Paulo, v. 8, p. 115-130, 2013.

ANDERSON, Chris. *A cauda longa*. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2006.

ANDRANOVICH, Greg; BURBANK, Matthew J.; HEYING, Charles H. Olympic cities: lessons learned from mega-event politics. *Journal of urban affairs*, v. 23, n. 2, p. 113-131, 2001.

APPELGREN, E. Convergence and divergence in media: different perspectives. *In: Elpub2004 - 8th International Conference on Electronic Publishing*, Brasília, 2004. p. 237-248.

BARBERO, Jesús-Martins. *Ofício de Cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

BARNAS, Frank. *Broadcast News: Writing, Reporting and Producing*. 5th ed. Amsterdam: Elsevier/Focal Press, 2010.

BARNES, Lord Patten of. *BBC Annual Report and Accounts 2012/13*. London: BBC, 2013.

BARNEY, Robert K. Golden egg or fools' gold? American Olympic commercialism and the IOC. *Proceedings of International Olympic Academy*, 1993, p. 123-133.

BARNEY, Robert K.; WENN, Stephen R.; MARTYN, Scott G. *The International Olympic Committee and the Rise of Olympic Commercialism*. Salt Lake City, UT: University of Utah Press, 2002.

BARNEY, Robert K.; WENN, Stephen R.; MARTYN, Scott G. Selling the five rings. *The International Olympic Committee and the Rise of Olympic Commercialism*, 2004.

BARROS, Laura Pozzana de; KASTRUP, Virgínia. Cartografar é acompanhar processos. *In: TEDESCO, S.; PASSOS, E.; KASTRUP, V.; EIRADO, A.; BARROS, P.; ESCÓSSIA, L. et al. Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. Porto Alegre: Sulinas, 2009. p. 52-75.

BATTELLE, John. *The search: how Google and its rivals wrote the rules of business and transformed our culture*. Portfolio, USA: Penguin Group, 2005.

BAUER, Thomas A. In need for news paradigms theorizing media communication facing media change. *Aula magna na Faculdade de Filosofia e Comunicação*, PUC São Paulo, 2 de março de 2012. Disponível em: <<http://www.thomasbauer.at/wordpress/inhalt/wp-content/uploads/2012/02/Aula-Magna-PUC-SP-Feb-2012.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2013.

BAUWENS, Michael. *La economía política de la producción entre iguales*. Buenos Aires: P2P Foundation, 2006.

BBC. *Official Report*. London: BBC, 1948.

BBC. 1955: New TV channel ends BBC monopoly. 2008. *BBC News*. Disponível em: <http://news.bbc.co.uk/onthisday/hi/dates/stories/september/22/newsid_3131000/3131477.stm>. Acesso em: 22 nov. 2014.

BBC.com. London 2012: Outrage over artist banned from Olympics, 20 de Julho de 2012. Disponível em: <<http://www.bbc.com/news/uk-england-london-18927228>>. Acesso em: 30 dez. 2014.

BBC. London 2012: Missile tenants lose legal ruling [video]. 10 de Julho de 2012. Disponível em: <<http://www.bbc.com/news/uk-england-london-18778723>>. Acesso em: 30 dez. 2014.

BBC. London 2015: Future of News. 28 de Janeiro de 2015. Disponível em: <<http://www.bbc.com/news/uk-30999914>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

BELAIR-CAGNON, Valerie. *Social Media at BBC News: the re-making of crisis reporting*. New York: Routledge, 2015.

BENÍTEZ, Anto J. *Realización de Deportes en Televisión*. Madrid: Instituto RTVe, 2013.

BERGER, Christa; TAVARES, Frederico. Tipologias do acontecimento jornalístico. *Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos*. Florianópolis: Insular, 2010. p. 121-143.

BERKES, Howard. Inside the Rings. *Nieman Reports*, Fall 2012. Disponível em: <<http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/102803/Inside-the-Rings.aspx>>. Acesso em: 6 jun. 2014.

BERKES, Howard. Entrevista à autora por *e-mail*. 2014.

BERRY, Marsha; SCHLESER, Max. *Mobile Media Making in an Age of Smartphones*. Melbourne: Palgrave Pivot, 2014.

BEST, S.; KELLNER, D. Debord and the postmodern turn: new stages of the spectacle. [on-line], 1997. Disponível em: <<http://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/Illumina%20Folder/kell17.htm>>. Acesso em: 7 jun. 2013.

BILLINGS, Andrew C. *Olympic Media: Inside the Biggest Show on Television*. London: Routledge, 2009.

BILLINGS, Andrew C.; HARDIN, Marie. *The Global Impact of Olympic Media at London 2012*. London: Routledge, 2014.

BLOWE, Kevin. Olympic Laws - A Short Guide For Trouble Makers. London: Randon Blowe, 28 de junho de 2012. Disponível em: <<http://www.blowe.org.uk/2012/06/olympic-laws-short-guide-for-trouble.html>>. Acesso em: 12 mar. 2015.

BLUNT, Ian. Preparing London for the Corporate Games: the Docklands Planning Model. Corporate Watch: corporate-critical news and research since 1996. 27 de julho de 2012. Disponível em: <<http://www.corporatewatch.org/?q=node/4400%3f>>. Acesso em: 3 jan. 2015.

BOCZKOWSKI, Pablo. *Digitalizing the News: Innovation in Online Newspapers*. New York: Mit Press, 2005.

BOCZKOWSKI, Pablo; MITCHELSTEIN, Eugenia. *The News Gap When the Information Preferences of the Media and the Public Diverge*. New York: Mit Press, 2013.

BOND, David. London 2012: Has Britain made the most of its Olympic legacy? BBC Sports, 26 de julho de 2013. Disponível em: <<http://www.bbc.com/sport/0/olympics/23467773>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

BOULONGNE, Yves-Pierre. Pierre De Coubertin and Women's Sport. *Women & Sport*, p. 23-26, 2000.

BOURDIEU, Pierre. Os Jogos Olímpicos. In: BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997. p. 123-128.

BOYLE, Raymond. *Sports Journalism: context and issues*. England: SAGE, 2006.

BOYLE, R.; HAYNES, R. Watching the games. In: GIRGINOV, V. (Ed.). *Handbook of the London 2012 Olympic and Paralympic Games*. V. Two. Routledge: London, 2014. p. 84-95.

BOYLE, Raymond; ROWE, David; WHANNEL, Garry. *Controversy? Questions For Sports Journalism*. The Routledge Companion to News and Journalism. London: Routledge, 2011.

BOWDING, G. *et al. Event Management*. Australia: Elsevier Ltd., 2006.

BOWRING, Bill. 5 reasons why Sochi's Olympics may be the most controversial Games yet. *The Guardian*, 31 de Janeiro de 2014. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/commentisfree/2014/jan/31/sochi-olympics-controversial-5-reasons>>. Acesso em: 4 jul 2014.

BRAGA, Adriana. Ecologia da Mídia: uma perspectiva para a comunicação. Trabalho apresentado no NP Teorias da Comunicação, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal, RN, 2 a 6 de setembro de 2008.

BRASIL, André; LISSOVSKY, Maurício; MORETTIN, E. (Orgs.). *Visualidades hoje*. v. 1. Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia, 2013.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

BRITTO JÚNIOR; FERES JÚNIOR. A utilização da técnica da entrevista em trabalhos científicos. *Evidência: olhares e pesquisa em saberes educacionais*, Araxá/MG, v. 7, p. 237-250, maio 2011.

BROUDEHOUX, Anne-Marie. Staging the Event-City: Olympics, Anniversaries, and the Politics of City Marketing: Chapter taken from *The Making and Selling of Post-Mao Beijing*. *Routledge Online Studies on the Olympic and Paralympic Games*, v. 1, n. 7, p. 148-207, 2012.

BROWN, Mark. Cultural Olympiad 2012 reaches the critical masses. *The Guardian*, Londres, 12 de março de 2012. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/culture/2012/mar/12/cultural-olympiad-2012-critical-masses>>. Acesso em: 3 mar. 2014.

BRUCK, Mozahir. Uma palavra: dispositivo. *Revista Dispositiva*, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 36-41, 2012.

BRUNS, Axel. *Blogs, Wikipedia, Second Life and beyond: from production to produsage*. New York: Peter Lang, 2008.

BULL, Andy. *Multimedia Journalism: a practical Guide*. London: Routledge, 2010.

BUSSOLINI, Jeffrey. What is a dispositive? *Foucault Studies*, New York, n. 10, p. 85-107, 2010.

CANCLINI, Néstor García. *Leitores, espectadores e internautas*. Trad. Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CAREGNATO, Rita Catalino Aquino; MUTTI, Regina. Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. *Texto Contexto Enferm*, Florianópolis, v. 15, n. 4, p. 679-684, out.-dez. 2006.

CARLÓN, Mario. *Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía, 2004.

CARLÓN, Mario; SCOLARI, Carlos A. *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

CASHMAN R. Olympic legacy in an Olympic City: monuments, museums and Memory. In: BARNEY, R. et al. *Global and Cultural critique: problematizing the Olympic Games*. University of Western Ontario, 1998. p. 107-114.

CASTRO, Edgardo. *Vocabulário de Foucault*. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

CASTRO, José de Souza. O triste fim das sucursais. *Observatório da Imprensa*, ed. 520, 2009. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o-triste-fim-das-sucursais>>. Acesso em: 2 dez. 2014.

CHAPELLET, Jean-Loup. Mega sporting event legacies: a multifaceted concept. *Papeles de Europa*, Madrid, n. 25, p. 76-86, 2012.

CHARAUDEAU, Patrick. *Le discours d'information médiatique: la construction du miroir social*. Paris: Nathan – Institut National de l' audiovisuel, 1997.

CHATZIEFSTATHIOU, Dikaia; HENRY, Ian. Hellenism and Olympism: Pierre de Coubertin and the Greek challenge to the early Olympic movement. *Sport in History*, v. 27, n. 1, p. 24-43, 2007.

CHATZIEFSTATHIOU, D. Reading Baron Pierre de Coubertin: Issues of Race and Gender, *The Journal of Sport Literature: Aethlon*, n. 25.2, p. 137-153, 2009.

CHON, Bum Soo *et al.* A structural analysis of media convergence: Cross-industry mergers and acquisitions in the information industries. *The Journal of Media Economics*, v. 16, n. 3, p. 141-157, 2003.

CLOSE, Paul. Olympiads as Mega-events and the Pace of Globalization: Beijing 2008 in context. *The International Journal of the History of Sport*, Londres, n. 27, p. 16-18, 2010.

CNN. Meet the man who started #NBCFail. 2 de agosto de 2012. Disponível em: <<http://edition.cnn.com/2012/08/01/tech/social-media/nbcfail-twitter-first/>>. Acesso em: 1º abr. 2015.

COE, Sebastian. Introduction. *INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE et al.* Final report of the IOC coordination commission. Games of the XXX Olympiad, London 2012. Lausanne: Comité International Olympique, 2013, p. 5-7.

COELHO, Paulo Vinicius. *Jornalismo esportivo*. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

COHRE. *Fair Play for Housing Rights: mega-events, Olympic Games and housing rights. Opportunities for the Olympic Movement and others*. Geneva International Academic Network, Geneva, 2007.

COOKE, Rachel. The interview: Iain Sinclair. *The Guardian*, 8 de fevereiro de 2009. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/books/2009/feb/08/iain-sinclair-interview>>. Acesso em: 28 dez. 2014.

COSELL, Howard; BONVENTRE, Peter. *I never played the game*. New York: Avon Books, 1986.

COUBERTIN, Pierre De. Les Jeux Olympiques à Much Wenlock: une page de l'histoire de l'athlétisme. *La Revue Athlétique*, 1ère année, 25 déc. In: MÜLLER, Norbert. Pierre de Coubertin. Select Texts. Tome II. Zürich: Weideman, [s.d.], p. 78, 1890.

_____. *La Revue Athlétique*, 25th December 1890.

_____. *Mémoires Olympiques*. Paris: Éditions Revue "EPS", 1996.

CRARY, Jonathan. *Techniques of the observer*. On vision and modernity in the Nineteenth Century. Cambridge, MA: The MIT Press, 1992.

_____. *Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

CROMPTON, John L. Sponsorship ambushing in sport. *Managing Leisure*, Londres, v. 9, n. 1, p. 1-12, 2004.

CROPPER, Corry. *Playing at Monarchy: Sport As Metaphor in Nineteenth-century France*. Nebraska: University of Nebraska Press, 2008.

CROSS, Allison. #NBCfail: British journalist banned from Twitter after anti-NBC Olympics tweets. *National Post*, 30 de Julho de 2012. Disponível em: <<http://news.nationalpost.com/2012/07/30/nbcfail-british-journalist-banned-from-twitter-after-anti-nbc-olympics-tweets/>>. Acesso em: 30 mar. 2015.

D'ANDRÉA, C. F. B.; ZILLER, Joana. Multiplicidades e dissenso: imagens violentas nas Jornadas de junho. *Ciência Hoje*, v. 16, p. 3-4, 2014.

DAYAN, Daniel. Sharing and Showing: Television as Monstration. In: KATZ, Elihu; SCANNEL, Paddy. *The End of Television?: Its Impact on the World (So Far)*. London: SAGE, 2009. p. 19-31.

DAYAN, Daniel. Beyond media events: disenchantment, derailment, disruption. In: COULDRY, N.; HEPP, A.; KRTOZ, F. *Media Events in a Global Age*. US and UK: Routledge, 2010. p. 23-31.

DAYAN, Daniel; KATZ, Elihu. *Media events: The live broadcasting of history*. Cambridge: Harvard UP, 1992.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002 [1967].

DE CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994.

DEFENDE THE RIGHT TO PROTEST, 2011. Disponível em: <<http://www.defendtherighttoprotest.org>>. Acesso em: 27 mar. 2015.

DERHAM, W. *Physico-Theology: or, A Demonstration of the Being and Attributes of God From His Works of Creation*. London, 1713. Disponível em: <<https://archive.org/details/physicotheology00derhgoog>>. Acesso em: 5 set, 2014.

DELEUZE, Gilles. *Foucault*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990a.

_____. ¿O que es un dispositivo?. In: BALBIER, E. et al. *Michel Foucault, filósofo*. Barcelona: Gedisa, 1990b. p. 155-161.

_____. *Conversações*. São Paulo: Editora 34, 1992.

_____. *El poder*. Curso sobre Foucault. Tomo II. 1ª Edición. Buenos Aires: Editorial Cactus, Septiembre de 2014.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Mil platôs – Capitalismo e esquizofrenia*. São Paulo: Editora 34, 1995.

DI FELICI, Máximo. *Paisagens pós-urbanas: fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar*. São Paulo: Annablume, 2013.

DOBSON, Chris. EMarketer. BBC's Olympics Win Moves Transmedia Coverage Forward. 30 de novembro de 2012. Disponível em: <<http://www.emarketer.com/Article/BBCs-Olympics-Win-Moves-Transmedia-Coverage-Forward/1009512#sthash.sbT3ST4S.dpuf>>. Acesso em: 16 jan 2015.

DOCTOR, Ken. *Newsonomics: Twelve new trends that will shape the news you get*. Nova Iorque: Macmillan, 2010.

DOMINGO D. *et al.* Four Dimensions of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain. *8th international Symposium on online Journalism*. Austin, Texas (EEUU), 2007. Disponível em: <<http://onlinejournalism.utexas.edu/2007/papers/Domingo.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2014.

DOMINGUES, Ivan. Disciplinaridade, multi, inter e transdisciplinaridade – onde estamos? *Revista da USP*, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 11-26, 2012.

DOWNWARD, Paul M.; RALSTON, Rita. The sports development potential of sports event volunteering: Insights from the XVII Manchester Commonwealth Games. *European Sport Management Quarterly*, Londres, v. 6, n. 4, p. 333-351, 2006.

DOWNING, Taylor. The Olympics on Film. *History Today*, v. 62, n. 8, August 2012. Disponível em: <<http://www.historytoday.com/taylor-downing/olympics-film>>. Acesso em: 24 jan. 2015.

DOYLE, Gillian. From Television to Multi-Platform Less from More or More for Less? *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. London, Los Angeles, New Delhi, Singapore, and Washington DC, v. 16 n.4, p. 1–19, 2010.

DREYFUS, H.; RABINOW, P. *Michel Foucault, uma trajetória filosófica para além do estruturalismo e da hermenêutica*. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Telejornais: quem dá o tom? *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós*, Brasília, v.11, n. 2, maio-ago. 2008. Disponível em: <<http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/332/287>>. Acesso em: 30 mar. 2015.

DUDRAH, Rajinder *et al.* *Intermedia emergence: The fourth screen*. Londres: Routledge, 2010.

ECO, Umberto. *Lector in Fabula*. Milão: Bompiani, 1979.

_____. *Tevê: A transparência perdida*. In: _____. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1984. p. 195-203.

ELIAS, N.; DUNNING, E. *Quest for Excitement: Sport and Leisure in the Civilising Process*. Dublin: UCD Press, 1986. [Collected Works, v. 7]

ERDAL, Ivar John. Repurposing of Content in Multi-Platform News Production: Towards a typology of cross-media journalism. *Journalism Practice*, v. 3, n. 2, p. 178-195, 2009.

_____. Coming to terms with convergence journalism: cross-media as a theoretical and analytical concept. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, v. 17, n. 2, p. 213-223, 2011.

ESCÓSSIA, Liliana da; TEDESCO, Silvia. O coletivo de forças como plano de experiência cartográfica. *Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 92-108.

EUROPEAN COMMISSION. *Green paper on the convergence of the Telecommunications, Media and Information Technology Sectors, and its Implications for Regulation*. Towards an Information Society Approach. Brussels: European Commission, 1997.

EXARCHOS, Yannis. In: *OBS*, 2014 [vídeo]. Duração: 24'20". Disponível em: <<https://www.obs.tv/>>. Acesso em: 20 mar. 2015.

FAGERJORD, Anders; STORSUL, Tanja. *Questioning convergence*. 2007. Disponível em: <<https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/37257/Ambivalence+Fagerjord+&+Storsul.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 23 jan. 2015.

FAZENDA, Ivani Catarina Arantes. A pesquisa como eixo da formação de docentes interdisciplinares. In: FAZENDA, Ivani Catarina Arantes; FERREIRA, Nali Rosa Silva (Orgs.). *Formação de docentes interdisciplinares*. Curitiba: CRV, 2013. p. 17-33.

FEARNLEY, Phil. *The digital challenge: The Olympics - press presentation*. [video]. BBC Journalism, College of Journalism, 19 de julho de 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nFMII7WL2yo>>. Acesso: 13 fev. 2013.

FERRAZ, M. C. F. Genealogia, comunicação e cultura somática. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 20, n. 1, p. 163-178, jan.-abr. 2013.

FIDLER, R. *Principles of Mediamorphosis: understanding new media*. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press, 1997.

FILAK, Vincent F. Cultural convergence: Intergroup bias among journalists and its impact on convergence. *Atlantic Journal of Communication*, New Jersey, v. 12, n. 4, p. 216-232, 2004.

FINKEL, Rebecca *et al.* (Eds.). *Research Themes for Events*. Egham, Surrey, UK: CABI, 2013.

FLYNN, B. *Digital TV, Internet & Mobile Convergence Developments and projections for Europe*. Londres: Phillips Global Media, 2000.

FOSTER, Patrick. BBC signals an end to era of expansion. *Times online*, London, 26 de fevereiro de 2010. Disponível em: <file:///C:/Users/Dell/Downloads/___business.timesonline.co.uk_tol_business_industry_sect ors.pdf>. Acesso em: 13 mar 2014.

FOUCAULT, Michel. *Em defesa da sociedade: curso no Collège de France (1975-1976)*. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

_____. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense, 1986.

_____. *Vigiar e punir*. Petrópolis: Vozes, 1987.

_____. *História da sexualidade II — o uso dos prazeres*. Rio de Janeiro: Graal, 1994.

_____. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

_____. *Resumo dos cursos do Collège de France (1970-1982)*. Trad. Andréa Daher; consultoria Roberto Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1999.

_____. *Arqueologia das ciências e história dos sistemas de pensamentos*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

_____. *Ditos e Escritos: Estratégia, Poder-saber*. v. 4. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.

_____. *Ditos e Escritos: Estética Literatura e Pintura, Música e Cinema*. v. 3. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

_____. *Ditos e Escritos: Problematização do sujeito: Psicologia, Psiquiatria e Psicanálise*. v. 1. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

_____. *O que é um autor?*, de Michel Foucault: duas traduções para o português. Organizadora: Sônia Queiroz. Belo Horizonte: Fale, UFMG, 2011.

_____. *História da sexualidade: a vontade de saber*. v. 1. Rio de Janeiro/São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2014.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. Do telégrafo à rede: o trabalho dos modelos e a apreensão da comunicação. In: PRADO, José Luiz Aida (Org.). *Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas*. São Paulo: Hacker, 2002. p. 57-76

FREEMANSORY TODAY. *Gold doesn't tarnish*. 13 June, 2012. Disponível em: <<http://www.freemasonrytoday.com/features/gold-doesn-t-tarnish>>. Acesso em: 18 nov. 2014.

- FREW, Matthew. 10 Events and Media Spectacle. *Research Themes for Events*, 2013.
- FUENTE, Lisandro de la, MESSINA, Luciana. La arqueología como método em Michel Foucault. *Revista Litorales*, ano 2, n. 2, p. 119-129, ago. 2003.
- GAMBARATO, Renira R. Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations. *Baltic Screen Media Review* 1: 80-100.
- GALLIE, W.B. Essentially Contested Concepts. *Proceedings of the Aristotelian Society, New Series*, v. 56 (1955 - 1956). London: Blackwell Publishing on behalf of The Aristotelian Society, 1955. p. 167-198.
- GARCÍA AVILÉS, José A. *et al.* Newsroom Integration in Austria, Spain and Germany: Models of Media Convergence. *Journalism Practice*, Londres, v. 3, n. 3, p. 285-303, 2009.
- GETZ, Donald. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, Londres, v. 29, n. 3, p. 403-428, jun. 2008.
- GETZ, Donald. *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. USA and Canadá: Routledge, 2012.
- GIESECKE, James; MADDEN, John R. *The Sydney Olympics, seven years on: an ex-post dynamic CGE assessment*. Melbourne: Monash University, Centre of Policy Studies and the Impact Project, 2007.
- GIRGINOV, Vassil (ed). *Handbook of the London 2012 Olympic and Paralympic Games: Volume Two: Celebrating the Games*. Londres e Nova York: Routledge, 2013.
- GOMES, Pedro Serrano; CARVALHO, Jorge. A animação do espaço público como estado Cidades e Ordenamento do Território. *Actas do XII Colóquio Ibérico de Geografia*, 6 a 9 de Outubro 2010, Porto: Faculdade de Letras (Universidade do Porto), 2010.
- GORDON, R. The meanings and implications of convergence. *In: K. Kawamoto. Digital Journalism: emerging media and the changing horizons in journalism*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, 2003. p. 57-73.
- GRANT, August E.; WILKINSON, Jeffrey. *Understanding Media Convergence: The State of the Field*. Oxford: Oxford University Press, 2009.
- GRATTON, Chris *et al.* The economic impact of major sports events: a review of ten events in the UK. *The Sociological Review*, Londres, v. 54, n. 2, p. 41-58, December 2006.
- GRATTON, Chris; PREUSS, Holger. Maximizing Olympic Impacts by Building Up Legacies. *The International Journal of the History of Sport*, v. 25, n. 14, p. 1922-1938, 2008.

HAMBURGER, E. I. Visibilidade, visualidade e performance em 11 de setembro de 2001. In: BRASIL, A.; LISSOVSKY, M.; MORETTIN, E. (Orgs.). *Visualidades hoje*. Salvador: UFBA, E-Compós, 2013. p. 41-58.

HARLEY, B. Mapas, saber e poder. In: *Confins - Revista Franco-Brasileira de Geografia*, n. 5, 2005. Disponível em: <<http://confins.revues.org/index5724.html>> Acesso: 13 dez. 2013.

HAYNES, Richard. The BBC, Austerity and Broadcasting the 1948 Olympic Games. *The International Journal of the History of Sport*, v. 27, n. 6, p. 1025-1042, April 2010.

HENRY, William Mellors. *An approved history of the Olympic Games*. London: Putnam; 1976.

HEPP, A. *et al. Connectivity, Networks and Flows: conceptualizing contemporary communications*. New York: Hampton Press, 2008.

HEPP, A.; COULDRY, N. Introduction: media events in globalized media cultures. In: COULDRY, N.; HEPP, A.; KROTZ, F. *Media Events in a global Age*. USA and UK: Routledge, 2010. p. 1-20.

HIGGINS, Charlotte. What can the origins of the BBC tell us about its future? In: HIGGINS, Charlotte. The BBC report. *The Guardian*, 15 de abril de 2014. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/media/2014/apr/15/bbc-origins-future>>. Acesso em: 27 mar. 2015.

HILL, Christopher R. *Olympic politics*. Manchester: Manchester University Press, 1996.

HILLIER, Jean. Encountering Gilles Deleuze in another place. *European Planning Studies*, Londres, v. 19, n. 5, p. 861-885, 2011.

HOBERMAN, J. Toward a Theory of Olympic Internationalism. *Journal of Sport History*, Los Angeles, v. 22, n. 1, p. 1-37, 1995.

HORNE, John. *Sports Mega-events: Social Scientific Analyses of a Global Phenomenon*. Malden, MA: Blackwell Pub./Sociological Review, 2006.

_____. The Four 'Cs' of Sports Mega-Events: Capitalism, Connections, Citizenship and Contradictions. In: HAYES, G.; KARAMICHAS, J. (Eds.) *Olympic Games, Mega-Events and Civil Societies. Globalization, Environment, Resistance*. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan, 2012. p. 31-45.

HORNE, J.; WHANNEL, G. The 'caged torch procession': Celebrities, protesters and the 2008 Olympic torch relay in London, Paris and San Francisco". *Sport and Society*, v. 13, n. 5, p. 760-770, 2010.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

HOUSE OF LORDS. *Media Convergence: 2nd Report of Session 2012-13*. Great Britain: Parliament, House of Lords, Select Committee on Communications, The Stationery Office, 2013.

HUTCHINS, Brett; ROWE, David (Eds.). *Sport beyond television: The Internet, digital media and the rise of networked media sport*. London: Routledge, 2012.

HUTCHISON, Ray. *Encyclopedia of Urban Studies*. London: Sage Publications, 2009.

HUYSEN, A. *Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia*. Rio de Janeiro: Aeroplanos Editora, 2000.

_____. *Present Pasts: Urban Palimpsests and the Politics of Memory*. Stanford, CA: Stanford University Press, 2003.

HYSLOP, Katie. With Olympics Came New Laws to Sweep up Homeless. 2009. Disponível em: <<http://thetyee.ca/News/2009/10/14/OlympicsHomelessLaws/>>. Acesso em: 12 dez. 2014.

IBOPE. *Mídia expande atuação na medição de social TV*. Rio de Janeiro: Ibope, 2013. Acesso em: 16 Jun. 2013.

IOC. *Official Report*. The Fourth Olympiad. London, 1908 .

IOC. *Session Minutes*, Paris, v. II, p. 107-108, 1922.

IOC. *Official Report*. Ninth Olympiad. Amsterdam, 1928.

IOC. *Charte des Jeux Olympiques*. Lausanne, 1930, p. 30.

IOC. *Minutes of the 53rd Session of the International Olympic Committee*. Sofia 1957, p. 17.

IOC. *Mexico 1968: oficial report*. Bibliothèque du CIO / IOC Library. Disponível em: <http://www.olympic.org/Documents/Reports/Official%20Past%20Games%20Reports/Summer/ENG/1968_Mexico_vol1.pdf>. Acesso em: 7 dez. 2014.

IOC. *Olympic Rules and Regulations*. Provisional Edition, Lausanne 1971, annex 6, p. 33.

IOC. *Olympic Charter*. Provisional Edition. Lausanne, 1978.

IOC. *Minutes of the Meeting of the Executive Board*, IOC Executive Board Minutes. Puerto Rico: IOCA, 1989. p. 31.

IOC. *IOC Social Media, Blogging and Internet Guidelines for participants and other accredited persons at the Sochi 2014 Olympic Winter Games*. Disponível em: <<http://www.olympic.org/social-media-and-internet-guidelines>>. Acesso em: 27 jul. 2014.

IOC. *Minutes of the Meetings of the Executive Boarding*. Birmingham, IOCA, 1991.

IOC. *Minutes of the Meeting of the Executive Board*, IOC Executive Board Minutes. Lausanne: IOC, 1996. p. 161.

IOC Marketing. *Olympic Marketing File*. Lausanne IOCA, 1999.

IOC. *Athens Marketing report*. 2004. Disponível em: <http://multimedia.olympic.org/pdf/en_report_901.pdf>. Acesso em: 13 dez. 2014.

IOC. *New Access Rules applicable for the broadcast of the London 2012 Olympic Games*. Lausanne: IOC, 2012.

IOC. *Final report of the IOC coordination commission*. Games of the XXX Olympiad, London 2012. Lausanne: Comité International Olympique, 2013a.

IOC. *Final report of the IOC coordination commission*. Games of the XXX Olympiad, London 2012. v. 3. Lausanne: Comité international Olympique, 2013b.

IOC. *Olympic Chart*. Lausanne: IOC, 2013c.

IOC. *Olympic Marketing Facs File*. Lausanne: IOC, 2014a.

IOC. *Factsheet IOC Financial Summary Update*. Lausanne: IOC, 2014b.

IOC. *The International Olympic Committee (IOC) today welcomed the historic recognition by the United Nations of the autonomy of the IOC and sport*. Lausanne, 3 de novembro de 2014. Disponível em: <<http://www.olympic.org/news/historic-milestone-united-nations-recognises-autonomy-of-sport/240276>>. Acesso em: 20 mar. 2015.

JAY, M. Introduction: Vision in context: reflections and refractions. In: BRENNAN, T.; JAY, M. (Eds.). *Vision in context: historical and contemporary perspectives on sight*. New York/London: Routledge, 1996.

JEFFREY, Ben. Father of the modern Olympics. *BBC Online*, 2004. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/shropshire/features/2004/08/william_penny_brookes.shtml>. Acesso em: 14 out. 2014.

JEFFREY, S. *et al. Principles of Convergent Journalism*. 2nd (second) Edition. USA: OUP, 2012.

JENKINS, Henry. Convergence? I diverge. *Technology review*, 104.5, 2001, p. 93.

_____. Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to videogames can make them stronger and more compelling. *Technology Review*, 2003. Disponível em: <<http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/page/3/>>. Acesso em: 13 jan 2010.

_____. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Susana Alexandria, 2006.

_____. *The revenge of the Origami Unicorn*, 2009. Disponível em: <http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html>. Acesso em: 23 nov. 2014.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Ed. Aleph, 2014.

JENNINGS, Andrew. Journalists? They're media masseurs. *British Journalism Review*, Londres, v. 23, n. 2, p. 25-31, 2012.

JESUS, Antônio Eduardo de; BRUCK, Mozahir. Dispositivos interacionais: local para dialogar e tensionar conhecimentos - DOI: 105692/P. *Revista Dispositiva*, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, 2011.

JOST, François. *Compreender a televisão*. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2010.

KACKMAN, Michael *et al.* (Eds.). *Flow TV: Television in the age of media convergence*. London: Routledge, 2010.

KALDIS, Byron. *Encyclopedia of Philosophy and the Social Sciences*. London: SAGE, 2013.

KARLSEN, Mads Peter; VILLADSEN, Kaspar. Foucault, Maoism, Genealogy: The Influence of Political Militancy in Michel Foucault's Thought. *New Political Science*, Londres, v. 37, n. 1, p. 17-39, 2014.

KASTRUP, V. O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. In: PASSOS, E.; KASTRUP, V.; ESCÓSSIA, L. (Orgs.). *Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 32-51.

KASTRUP, V.; BARROS, R. B. Movimentos-funções do dispositivo na prática da cartografia. In: PASSOS, E.; KASTRUP, V.; ESCÓSSIA, L. (Orgs.). *Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 76-91.

KESSLER, Frank. *Notes on dispositif*. v. 15. Utrecht (NL): Universiteit Utrecht, 2006.

KLEIN, Otávio. A gênese do conceito de dispositivo e sua utilização nos estudos midiáticos. *Estudos em Comunicação*, Beira Interior, n. 1, p. 215-231, abr. 2007. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/01/_docs/artigos/klein-otavio-gene-se-do-conceito-dedispositivo.pdf>. Acesso em: 6 fev. 2014.

KOLODZY, Janet. *Convergence Journalism: writing and reporting across the news media*. Oxford: Rowman & Littlefield, 2006.

_____. *Practicing Convergence Journalism: An Introduction to Cross-media Storytelling*. London: Routledge, 2012.

KOSELLECK, Reinhart. *Los estratos del tempo: estudios sobre la historia*. Barcelona, Buenos Aires, México: Edeiciones Paidós, 2001.

LANDOW, George P. *Hyper/Text/Theory*. Londres: The Johns Hopkins University Press, 1994.

_____. *Hipertexto: la convergencia de la teoría crítica, contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós, 1995, p. 13-49. Disponível em: <http://www.fba.unlp.edu.ar/medios/biblio/2011_landow_hipertexto_cap_1.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2015.

LAWRENCE, G. In the race for profit: Commercialism and the Los Angeles Olympics. *Essays in the sociology of Australian sport*. Hale and Iremonger, Sydney, Australia, v. 1, 69, p. 204-214, 1986.

LAWSON-BORDERS, Gracie L. *Media Organizations and Convergence: Case Studies of Media Convergence Pioneers*. London: Routledge, 2005.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. *O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária*. São Paulo: Paulus, 2010.

LENSKYJ, Helen Jefferson. *Inside the Olympic industry: Power, politics, and activism*. New York: Suny Press, 2000.

_____. *Olympic industry resistance: challenging Olympic power and propaganda*. New York: Suny Press, 2008.

_____. *The best Olympics ever?: Social impacts of Sydney 2000*. New York: Suny Press, 2012.

LÉON, Bienvenido (Coord). *La televisión ante el desafío de la internet*. Salamanca: Comunicación Social ediciones y publicaciones: 2012. p. 223-231.

LÉVY, Pierre. *Tecnologias da Inteligência*. São Paulo: Editora 34, 1993.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. *Pantalla Global*. Barcelona: CCCB, 2011.

MACFARLANE, Robert. Iain Sinclair's struggles with the city of London. *The Guardian*. 15 de julho de 2011. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/books/2011/jul/15/ghost-milk-ian-sinclair-olympics>>. Acesso em: 30 dez. 2014.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora Senac, 2005.

MACHADO, Roberto. Por uma genealogia do poder. In: FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979. p. 7-34.

_____. *Foucault: a ciência e o saber*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

MADDOX, Brenda. Desperately seeking synergy. *The Times*, London, England, 14 Feb. 1996: 23. The Times Digital Archive, 1785-2009. Acesso em: 13 abr 2014.

MAESTRI, Mariana. Sobre las hiperaudiencias. In: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETTARO, Sandra. *Mediatización, Sociedad y Sentido: diálogos entre Brasil y Argentina*. Rosario, Argentina: Universidad Nacional de Rosario, 2010. p. 127-137.

MAGUIRE, J. *Global Sport: Identities, Societies, Civilizations*. Cambridge: Polity Press, 2002.

MALKOUTZIS, Nick. Olympics How the 2004 Olympics Triggered Greece's Decline. *Business Week*, 2 de Agosto de 2012. Disponível em: <<http://www.businessweek.com/articles/2012-08-02/how-the-2004-olympics-triggered-greeces-decline>>. Acesso em: 13 dez.2014.

MANOVICH, Lev. *Remixing and remixability*, 2005. Disponível em: <<http://manovich.net/DOCS/Remix>>. Acesso em: 12 mar 2014.

MARTYN, Scott B. The Erosion and Eventual Rupture of the IOC-ISL Relationship and the Formation of Meridian Management SA. *Fifth International Symposium for Olympic Research*, Sydney, Australia, 2000, p. 73-80.

MAXWELL, Richard; MILLER, Toby. Old, new and middle-aged media convergence. *Cultural Studies*, Cardiff, v. 25, n. 4-5, p. 585-603, 2011.

MIAH, Andy. The cyberSport nexus. In: BILLINGS, Andrew C.; HARDIN, Marie. *The Routledge Handbook of Sport and New Media*. London: Routledge, 2014. p. 76-86.

_____. Viewpoint: London 2012, a social media Olympics to remember. *BBC on-line*, 9 de agosto de 2012. Disponível em: <<http://www.bbc.com/news/technology-19191785>>. Acesso em: 22 mar. 2015.

MICHAELIS: moderno dicionário da língua portuguesa. São Paulo: Companhia Melhoramentos, 2009.

MILLAR, Paul. Olympics opening ceremony is second most-watched UK TV broadcast ever. Disponível em: <<http://www.digitalspy.co.uk/tv/news/a397513/olympics-opening-ceremony-is-second-most-watched-uk-tv-broadcast-ever.html#ixzz3UwKEGeNS>>. Acesso em: 20 mar. 2015.

MILLER, David. Olympic Games. *The Times*, London, England, Friday, Mar 22, 1985, n. 62093, p. 28.

MILLER, David. IOC feels pressure as credibility is at stake. *Times*, London, England, 11 Dec. 1990: 42. The Times Digital Archive, 1785-2008. Web. 9 Dec. 2014.

_____. IOC postpones voting decision. *Times*, London, England, 3 Feb. 1992: 28. The Times Digital Archive, 1785-2008. Web. 11 Dec. 2014.

MILLER, Toby. A televisão acabou, a Televisão virou coisa do passado, a Televisão já era. In: FREIRE FILHO, João. *A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo*. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 9-25.

MITCHELL, W.J.T. *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago: The University of Chicago Press, 1994.

MITCHELL, William John Thomas. Não existem mídias visuais. Tradução de Jussânia Gollo. In: DOMINGUES, Diana (Org.). *Arte, ciência e tecnologia: passado, presente e desafios*. São Paulo: Unesp, 2009. p. 167-177.

MØLLER, Verner; LÓPEZ, Bernart. Conflict and crisis in elite sport: media, ideology, identity and politics in an era of hyper-sportisation. 30 de janeiro de 2013, *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies* [Call for papers]. Disponível em: <<https://catalanjournal.wordpress.com/tag/sport/>>. Acesso em: 13 fev. 2013.

MORAES, Dênis. Presentación. In: MORAES, Dênis (Org.). *Mutaciones de lo visible: comunicación y procesos culturales en la era digital*. Buenos Aires, Barcelona, México: Paidós, 2010. p. 11-14.

MORAGAS SPÀ, Miquel de. Spanish Television (TVE) and the coverage of the 1988 Seoul olympic games. In: IOC. *Sport, The Third Millenium*. Québec: Les Presses de l'Université Laval, 1991. p. 1-58.

_____. Information Technology and the Olympic Movement: Challenges of the Internet Era. *4th Joint Int'l. Session for Directors of NOAs, Members and Staff of NOCs and IFS, Int'l. Olympic Academy, Olympia, 1998*.

_____. *The Olympic Movement and The Information Society New Internet Challenges And Opportunities*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics, UAB, 1999.

_____. Academic institutions and the Olympic Movement [online article]. Barcelona: *Centre d'Estudis Olímpics, UAB, 2006*. Disponível em: <http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp106_eng.pdf>. Acesso em: 15 abr 2013.

MORIN, Edgar. *Cultura e comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1972.

MORLEY, D. *The "Nationwide" Audience: structure and decoding*. London: BFI Publishing, 1980.

_____. *Television Audiences and Cultural Studies*. London: Routledge, 1992.

MOSEY, Roger. Partnership and Focus. 6 de maio de 2009a. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/blogs/legacy/sporteditors/2009/05/partnership_and_focus.html>. Acesso em: 23 mar. 2015.

_____. Olympic plans already taking shape. 9 de julho de 2009b. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/blogs/legacy/rogermosey/2009/07/this_is_a_blog_that.html>. Acesso em: 23 mar. 2015.

_____. BBC output and staffing for the Olympics. 2012. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/blogs/legacy/rogermosey/2012/04/probably_the_biggest_single_th.html>. Acesso em: 22 mar. 2015.

MURRAY, Alex. Entrevista à autora, por *e-mail*.

MUSEUM, U. S. H. M. The Holocaust. Holocaust Encyclopedia. *United States Holocaust Memorial Museum*. Disponível em: <<http://www.ushmm.org/wlc/en/article.php?ModuleId=10005680>>. Acesso em: 24 abr. 2014.

NABAIS, Catarina Pombo. A Dobra Deleuze-Foucault. In: CASCAIS, António F.; LEME, José L. C.; NABAIS, Nuno (Eds.). *Lei, Segurança e Disciplina: trinta anos depois de Vigiar e punir*, de Michel Foucault. Lisboa: CFCUL, 2009. p. 71-110.

NEGROPONTE, Nicholas. *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NELSON, T.H. Opening hypertext: a memoir. In: TUMAN, M.C. (Ed.). *Literacy online: the promise (and peril) of reading and writing with computers*. London: The University of Pittsburgh Press, 1990. p. 43-57.

NEWMAN, Harvey K. Olympic Games in 1996. *New Georgia Encyclopedia*. 2014. Disponível em: <<http://www.georgiaencyclopedia.org/articles/sports-outdoor-recreation/olympic-games-1996>>. Acesso em: 5 jun. 2014.

NEWS MAGAZINE MONITOR. Small Data: Are there four billion Tour de France viewers? *BBC*, 14 de julho de 2014. Disponível em: <<http://www.bbc.com/news/blogs-magazine-monitor-28264183>>. Acesso em: 20 mar. 2015.

NOLL, A. Michael. The myth of convergence. *International Journal on Media Management*, Nova Iorque, Londres, v. 5, n. 1, p. 12-13, 2003.

OASIM, Wail. London 2012 protests: heavy-handed policing is an affront to rights. DEFEND THE RIGHT TO PROTEST. Londres, 31 de julho de 2012. Disponível em: <<http://www.defendtherighttoprotest.org/london-2012-protests-heavy-handed-policing-is-an-affront-to-rights/>>. Acesso em: 27 mar 2015.

OBS. Vídeo institucional sobre cobertura das Olimpíadas de Inverno de Sochi, 2014. Disponível em: <<https://www.obs.tv>>. Acesso em: 13 fev 2015.

OCOG. *Official report Estocolm Games*. Lausanne: 1912.

OCO. *Official report of the Organising Committee for the Games of the XV Olympiad*, Helsinki, 1952. Helsinki: Werner Soderstrom Osakeyhtio, 1954.

OFCOM. *News Consumption in UK*. London, 2012. Disponível em: <<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/measuring-plurality/statement/Annex4.pdf>>. Acesso em: 29 jul. 2014.

OFCOM. *News Consumption in UK*. London, 2013. Disponível em: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/tv-research/news/News_Report_2013.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2014.

O'HALLARN, Brendan; SHAPIRO, Stephen. #NBCFail: A qualitative review of the shared experience as a social movement. *First Monday*, [S.l.], jan. 2014. Disponível em: <<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4760/3814>>. Acesso em: 3 mar 2014.

OKSALA, Johanna. *Como ler Foucault*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

OLYMPIC LEGACY. [online] 2003. Disponível em: <<http://www.pe04.com/olympic/about/index.php>>. Acesso em: 23 jun. 2014.

OLYMPIC REVIEW. Avery Brundage Speech. *Opening Ceremony 62nd Session International Olympic Committee*. Tokyo, Japan, October 6th, 1964. IOC: Lausanne, 1964.

ORIHUELA, José Luis; BERGARECHE, Borja; ORIHUELA, Maria José. *80 claves sobre el futuro del periodismo*: una selección de artículos publicados en Digital Media Weblog de ABC. es comentados por expertos. Anaya Multimedia, 2011.

O'RIORDAN, Cait. The story of the digital Olympics: streams, browsers, most watched, four screens. 13 de agosto de 2012. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/blogs/internet/posts/digital_olympics_reach_stream_stats>. Acesso em: 20 jan. 2015.

O'SULLIVAN, John; HEINONEN, Ari. Old values, News media: Journalism role perceptions in a changing world. *Journalism Practice*. Special Issue: The Future of Newspapers. v 2, n. 3, p. 357-371, 2008.

OUR MEXICO CITY CORRESPONDENT. Preparing for 200,000 Visitors. *The Financial Times*, London, England, Thursday, January 19, 1967, n. 24.136, p. 21.

OUR OLYMPIC GAMES CORRESPONDENT. Memorable START To Olympic Games. *Times*, London, England, July 21, 1952, p. 4. The Times Digital Archive, 1785-2008. Web. 22 Nov. 2014.

OUR SPECIAL CORRESPONDENT. The Olympiad Opened. *Times*, London, England, Aug. 3, 1936: 11. The Times Digital Archive. Web. 16 Nov. 2014.

OUR TOKYO CORRESPONDENT. £1,500m. For the Olympics. *The Financial Times*, London, England, Thursday, April 16, 1964, n. 23.288, p. 7.

PANAGIOTOPOULOU, Roy. Nation Branding and the Olympic Games: New Media Images for Greece and China. *The International Journal of the History of Sport*, New York, London, v. 29, n. 16, p. 2337-2348, 2012.

PARISER, Eli. *The filter bubble: what the internet is hiding from you*. New York: The Penguin Press, 2011.

PASSOS, Eduardo; KASTRUP, Virgínia; ESCÓSSIA, Liliana da. *Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

PASSOS, Eduardo; BARROS, Regina Benevides de. A cartografia como método de pesquisa-intervenção. In: PASSOS, Eduardo; KASTRUP, Virgínia; ESCÓSSIA, Liliana da. *Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 17-31.

PATTERN, Lord. In: BBC Annual Report and Accounts. Chairman's Foreword. London: BBC Trust, 2013. p. 8.

PAVLIK, John V. *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press, 2013.

PAVLIK, John; McINTOSH, Shawn. *Converging Media: A New Introduction To Mass Communication*. Oxford: Oxford University, 2010.

PEÑA, Emilio Fernández. Los Juegos Olímpicos en las redes sociales: derechos audiovisuales, condicionantes y potencialidades del uso del audiovisual en Facebook. In: LÉON, Bienvenido (Coord). *La televisión ante el desafío de la internet*. Salamanca, Espanha: Comunicación Social ediciones y publicaciones, 2012. p. 223-231.

PEOPLE. Sochi's Future? See Sarajevo's Olympic Ruins 30 Years Later. 24 de fevereiro de 2014. Disponível em: <http://www.people.com/people/package/article/0,,20778965_20790371,00.html>. Acesso em: 22 mar. 2015.

PERAYA, Daniel. Médiation et médiatisation: le campus virtuel. *Hermès*, Paris, n. 25, p. 153-167, 1999.

PIRES, Gustavo. O Olimpismo hoje. De uma diplomacia do silêncio para uma diplomacia silenciosa. O caso das duas Chinas. *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, Porto, v. 9, n. 2, p. 159-195, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-05232009000200017&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 3 abr. 2015.

PISCITELLI, Alejandro. *Post/Television: Ecologia de Los Medios En La Era de Internet*, Buenos Aires: Paidós, 1995.

POOL, Ithiel de Sola. *Technologies of freedom*. Cambridge: Harvard University Press, 1983.

POOLER, Mandy. In: PRESS RELEASE. WPP sports specialist companies launch global sports brands study: SportZ. 11 de março de 2003. Disponível em: <<http://wpp.com/wpp/press/2003/mar/11/wpp-sports-specialist-companies-launch-global-sports/>>. Acesso em 20 de março de 2015.

PRADO FILHO, Kleber; TETI, Marcela Montalvão. A cartografia como método para as ciências humanas e sociais. *Barbarói*, Sta Cruz do Sul, n. 38, p. 45-49, 2013.

PREUSS, Holger. *The Economics of the Olympic Games: Hosting the Games 1972-2000*. Petersham: Walla Walla Press, 2000.

_____. Aspectos sociais dos megaeventos esportivos. In: RUBIO, K. (Org.). *Megaeventos esportivos, legado e responsabilidade social*. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2008. p. 13-35.

PREUSS, H.; SOLBERG, H.A. Major sport events and long-term tourism impacts. *Journal of sport Management*, Ottawa, v. 21, n. 2, p. 213-234, 2007.

PRICEWATERHOUSECOOPERS. The economic impact of the Olympic Games. *European Economic Outlook*, June 2004. Disponível em: <<http://www.pages.drexel.edu/~rosenl/sports%20Folder/Economic%20Impact%20of%20Olympics%20PWC.pdf>>. Acesso em: 13 dez.2014.

PROCTER, Richard Wright. *Literary Reminiscences and Gleanings*. London, T. Dinham, 1860.

QUINN, Stephen. *Convergent journalism: The fundamentals of multimedia reporting*. cidade: Peter Lang, 2005.

_____. *Conversations on Convergence: Insiders' views on news production in the 21st century*. New York: Peter Lang International Academic Publishers, 2006.

R7. COI divulga salário anual do presidente Thomas Bach. 2 de Abril de 2015. Disponível em: <<http://esportes.r7.com/mais-esportes/coi-divulga-salario-anual-do-presidente-thomas-bach-02042015>>. Acesso em: 3 abr. 2015.

RADIO TIMES. *The Televising the Olympic Games*. 23 de Julho de 1948.

RAFFNSØE, Sverre; GUDMAND-HØYER, Marius; THANING, Morten S. Foucault's dispositive: The perspicacity of dispositive analytics in organizational research. *Organization*, first published on September 17, 2014.

REVUE OLYMPIQUE. IOC, 1912. Disponível em: <<http://library.la84.org/OlympicInformationCenter/RevueOlympique/1912/ROLF73/ROLF73c.pdf>>. Acesso em: 25 dez. 2014.

RIBEIRO, Elisa Antônia. A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa. *Evidência: olhares e pesquisa em saberes educacionais*, Araxá/MG, n. 4, p. 129-148, maio 2008.

RIVERA, Ralph. Connected storytelling - one service, ten products, four screens. 17 de junho de 2011. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/blogs/legacy/aboutthebbc/2011/06/connected-storytelling-one-service-ten-products-four-screens.shtml>>. Acesso em: 27 mar. 2015.

ROCHE, Maurice. *Mega-Events and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture*. London: Routledge, 2000.

_____. Mega-events, Time and Modernity On Time Structures in Global Society. *Time & Society*, London, v. 12, n. 1, p. 99-126, 2003.

RODRIGUES, Adriano D. O dispositivo da enunciação. In: RODRIGUES, Adriano Duarte. *Comunicação e cultura: a experiência cultural na era da informação*. Lisboa: Presença, 1994. p. 141-156.

ROMERO, Manuel. Introduction. Olympics Games Broadcasting Coverage. In: IOC. *Television in the Olympic Games The New Era*. International Symposium. Lausanne: IOC, 1998.

ROSÁRIO, Nísia Martins do. Mitos e cartografias: novos olhares metodológicos na comunicação. In: MALDONADO, Alberto Efendy; BONIN, Jiani Adriana; ROSARIO, Nísia Martins (Orgs.). *Perspectivas metodológicas em comunicação: novos desafios da prática investigativa*. Salamanca, Sevilha: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2013. p. 78-106.

ROSÁRIO, Nísia Martins; AGUIAR, Lisiane Machado. Pluralidade metodológica: a cartografia aplicada às pesquisas de audiovisual. *Revista Comunicación*, Sevilla, v. 1, n. 10, p. 1262-1275, 2012.

ROSCOE, J. Multi-Platform Event Television: Reconceptualizing our Relationship with Television. *The Communications Review*, New York, London, v. 7, n. 4, p 363-369, 2004.

ROSS, Albert. Nazis start olympics as gigantic spectacle; Pageantry and Festival to Overshadow The Aims of the Games as Other Nations Have Staged Them. *The New York Times*, 26 de julho de 1936, p. E5.

ROWE, David. Sports journalism Still the toy department of the news media?. *Journalism*, London, v. 8, n. 4, p. 385-405, 2007.

SADD, Debbie. Protest the Games. In: GIRGINOV, V. (Ed.). *Handbook of the London 2012 Olympic and Paralympic Games*. v. Two. Routledge: London, 2014. p. 227-238.

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. *Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Sol 90, 2008.

SALTZIS, Konstantinos; DICKINSON, Roger. Inside the changing newsroom: journalists' responses to media convergence. *Aslib Proceedings*, Emerald Group Publishing Limited, v. 60, n.3, p. 216-228, 2008.

SANTAELLA, Lucia. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. *Redes Sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo: Editora Paulus, 2010.

SCOLARI, Carlos Alberto. *Hipermediaciones*. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008a.

_____. Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Diálogos*, Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, n. 77, p. 1-9, Julio- Diciembre 2008b.

_____. Ecología de la hipertelevisión. Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad em la televisión contemporânea. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (Orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 174-201.

_____. Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico. *Quadernos del CAC*, Barcelona, v. XIII, n. 34, p. 17-25, jun. 2010.

_____. *Transmedia para além da ficção*. Belo Horizonte: Centro Universitário de Belo Horizonte, 2013a. [palestra]

SEECK, Hannele; RANTANEN, Terhi. Media events, spectacles and risky globalization: a critical review and possible avenues for future research. *Media, Culture & Society*, p. 0163443714553493, 2014.

SEEMANN, Jörn. Mapas e as suas “Agendas Escondidas”: propostas para uma “Cartografia Crítica” no ensino de Geografia. *Anais do Sétimo Encontro Nacional de Prática de Ensino de Geografia*. Vitória/ES – UFES – 14 a 18 de setembro de 2003, p. 24-31.

SENN, Alfred Erich. *Power, politics, and the Olympic Games*. Champaign: Human Kinetics Publishers, 1999.

_____. Playing Politics: Olympic Controversies Past and Present. *Origins*, Columbus, v. 1, n. 11, p. 1-2, aug. 2008.

SERRES, M. *Atlas*. Madrid: Cátedra, 1995.

SHAW, Christopher A. *Five ring circus: Myths and realities of the Olympic games*. Gabriola Island, Canada: New Society Publishers, 2013.

SHONE, Anton; PARRY, Bryn. *Successful event management: a practical handbook*. London: Thomson, 2004.

SHORT, J. R. Going for Gold: Globalizing the Olympics, Localizing the Games. In: SHORT, J. R. *Global Metropolitan: Globalizing Cities in a Capitalist World*. London: Routledge, 2004. p. 86-108.

SILVA, Fernando Firmino da. *Smartphones e tablets na produção jornalística*. *Âncora*, Revista Latino-americana de Jornalismo, v. 1, n. 1, p. 23-40, 2014.

SILVA, R. H. A.; ZIVIANI, Paula; MADEIRA, Thaíse Valentim. Os megaeventos como arena: o jogo das identidades e os espetáculos das culturas. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cultura do *XXIII Encontro Anual da Compós*, na Universidade Federal do Pará, Belém, de 27 a 30 de maio de 2014.

SILVA, R. H. A.; ZIVIANI, Paula. A Copa do Mundo e as cidades: “juntos num só ritmo”, #soquenão. *Revista da USP*, São Paulo, 2015a. [no prelo]

SILVER, Vernon. Europe Says ‘No Thanks’ to the 2022 Winter Olympics. Bloomberg Business, 11 de dezembro de 2014. Disponível em: <<http://www.bloomberg.com/bw/articles/2014-12-11/europe-says-no-thanks-to-the-2022-winter-olympics>>. Acesso em: 17 jan. 2015.

SILVERSTONE, Roger. Convergence is a dangerous word. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Sunderland, UK, v. 1, n. 1, p. 11-13, 1995.

SILVERSTONE, Roger. Mediação. In: _____. *Por que estudar a mídia?* Trad. Milton Camargo Mota. São Paulo: Edições Loyola, 2002. p. 33-44.

SINCLAIR, Iain. The Olympic Scam. *London Review of Books*, London, v. 30, n. 12, p. 17-23, 19 jun. 2008. Disponível em: <<http://www.lrb.co.uk/v30/n12/iain-sinclair/the-olympics-scam>>. Acesso em: 30 dez. 2014.

SORRELL, Martin. Presentation to the IOC at the XIII Olympic Congress in Copenhagen. The Digital Revolution, 2009. Disponível em: <http://www.wpp.com/~media/sharedwpp/general/olympic_congress_presentation_oct09.pdf>. Acesso em: 13 mar 2014.

SPILLING, Olav R. The entrepreneurial system: On entrepreneurship in the context of a mega-event. *Journal of Business research*, Chicago, Londres, v. 36, n. 1, p. 91-103, 1996.

STEAD, D. Sport and the media. In: HOULIHAN, B. (Ed.). *Sport and Society: A student introduction*. London: Sage, 2008. p. 213-227.

STEPHENS, Mitchell. *Beyond News: the future of journalism*. New York: Columbia Journalism University Press, 2014.

STORSUL, T.; STUEDAHL, D. Introduction. In: ____ (Eds.). *Ambivalence Towards Convergence: Digitalization and Media Change*. Göteborg: Nordicom, 2007.

SUDGEN, John Peter; TOMLINSON, Alan (Eds.). *Watching the Olympics: Politics, power and representation*. London: Routledge, 2012.

SUNDAY TIMES. Samaranch should go. *The Sunday Times*, London, England, Jan. 24, 1999, p. 16. The Sunday Times Digital Archive, 1822-2006. Web. 11 Dec. 2014.

SWEDISH OLYMPIC COMMITTEE. *The Official Report of the Olympic Games of Stockholm 1912*. Stockholm: Swedish Olympic Committee, 1913.

TAMELING, Klaske; BROERSMA, Marcel. De-converging the newsroom Strategies for newsroom change and their influence on journalism practice. *International Communication Gazette*, Londres, v. 75, n. 1, p. 19-34, 2013.

TAYLOR, Cathy. Setting sites on the games; PointCast, AT&T, IBM to fill the Web with Olympics details. *Mediaweek*, p. 12, July 8, 1996.

THE ECONOMIST. End of the Unsinkable. *The Economist*, London, England, Saturday, Sept. 29, 1956, n. 5901, p. 1035.

THE ECONOMIST. Gamesmanship. *The Economist*, London, England, June 15, 1991, p. 92. The Economist Historical Archive, 1843-2010. Web. 9 Dec. 2014.

THE FINANCIAL TIMES. Olivetti Secures Order for Mexico Olympics. London, England, Thursday, Jan. 19, 1967, n. 24.136, p. 21.

THE FINANCIAL TIMES. £1,500m. For the Olympics.. London, England, April 16, 1964, n. 24.136, p. 21.

THE FINANCIAL TIMES. New Olympic Chief Pledges to Restore Unity. *The Economist*, London, England, Tuesday, Aug. 05, 1980, n. 28.235, p. 2.

THE FINANCIAL TIMES. A Window on the World. London, England, Jan. 26, 1993, p. 17. The Financial Times Historical Archive, 1888-2010. Web. 22 Mar 2015.

THE GUARDIAN. Olympics 2012: BBC was forced to move cameras to avoid sponsor's ad. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/media/2012/aug/10/olympics-2012-bbc-sponsor>>. Acesso em: 23 mar. 2015.

THE GUARDIAN. Thompson: 'sport is BBC's lifeblood'. London, July 6, 2004. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/media/2004/jul/06/broadcasting.bbc1>>. Acesso em: 20 mar. 2015.

THE GUARDIAN. BBC to introduce 'Kinetrak' during Olympics coverage. 26 de junho de 2012. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/media/2012/jun/26/bbc-kinetrak-olympics-coverage>>. Acesso em: 27 mar. 2015.

THE MONTREAL GAZETTE. Coty loans France Fund for Olympics. July 25, 1927. Disponível em: <<http://news.google.com/newspapers?id=oXwuAAAAIABJ&sjid=74sFAAAAIBAJ&hl=pt-BR&pg=6939%2C3275215>>. Acesso em: 6 nov. 2014.

THE NEW YORK TIMES. Case of 'Last Mile'. *New York Times*, 4 May 1952, p. X11.

THE SATURDAY REVIEW. The Sporting Press. *The Saturday Review of Politics, Literature, Science and Art*, London, England, Feb. 9, v. 1-2, p. 275, 1856.

THE SUNDAY TIMES. Television in the Cinema. London, England, May 7, 1950, p. 9. The Sunday Times Digital Archive, 1822-2006. Web. 22 Nov. 2014.

THE SUNDAY TIMES. Funeral on television: Broadcast of service. London, England, Feb. 10, 1952, p. 1. The Sunday Times Digital Archive, 1822-2006. Web. 22 Nov. 2014.

THE SUNDAY TIMES. He's the Houdini act to beat at Sydney. Juan Antonio Samaranch. London, England, Sunday, Sept. 10, 2000, n. 9.185, p. 15.

THE SUNDAY TIMES. Soviet sportsmen offer friendship. London, England, Sunday, July 13, 1952, n. 6.743, p. 10.

THE TIMES. The 'Televisor'. London, England, Jan. 28, 1926, p. 9. The Times Digital Archive, 1785-2009. Web. 28 Mar. 2015. Disponível em: <<http://find.galegroup.com/dvnw/infomark.do?&source=gale&prodId=DVNW&userGroupName=capesnatgeo&tabID=T003&docPage=article&docId=CS151853628&type=multipage&contentSet=LTO&version=1.0>>. Acesso em: 4 mar 2014.

THE TIMES. Grand National Broadcast Hitch. London, England, Feb. 22, 1952, p. 3. The Times Digital Archive, 1785-2008. Web. 22 Nov. 2014. Disponível em: <<http://find.galegroup.com/dvnw/infomark.do?&source=gale&prodId=DVNW&userGroupName=capesnatgeo&tabID=T003&docPage=article&docId=CS51465814&type=multipage&contentSet=LTO&version=1.0>>. Acesso em: 4 mar 2014.

THE TIMES. No More Olympic Games. London, England, July 22, 1924, p. 15. The Times Digital Archive, 1785-2008. Web. 27 Dec. 2014.

THE TIMES. Olympic Games In Helsinki. London, England, June 9, 1952, p. 6. The Times Digital Archive, 1785-2008. Web. 22 Nov. 2014. Disponível em: <<http://find.galegroup.com/dvnw/infomark.do?&source=gale&prodId=DVNW&userGroupName=capesnatgeo&tabID=T003&docPage=article&docId=CS102977225&type=multipage&contentSet=LTO&version=1.0>>. Acesso em: 4 mar 2014.

THE TIMES. Writing For Television. London, England, Feb. 19, 1952, p. 7. The Times Digital Archive, 1785-2008. Web. 22 Nov. 2014. Disponível em: <<http://find.galegroup.com/dvnw/infomark.do?&source=gale&prodId=DVNW&userGroupName=capesnatgeo&tabID=T003&docPage=article&docId=CS119623251&type=multipage&contentSet=LTO&version=1.0>>. Acesso em: 4 mar 2014.

THE TIMES. Effects Of Television. London, England, Jan. 17, 1952, p. 2. The Times Digital Archive, 1785-2008. Web. 22 Nov. 2014. Disponível em: <<http://find.galegroup.com/dvnw/infomark.do?&source=gale&prodId=DVNW&userGroupN ame=capesnatgeo&tabID=T003&docPage=article&docId=CS34688561&type=multipage&contentSet=LTO&version=1.0>>. Acesso em: 4 mar 2014.

THE TIMES. Index. London, England, Aug. 26, 1936, p. 13. The Times Digital Archive. Web. 16 Nov. 2014.

THE TIMES. Montreal anxious about money side of the Olympics. London, England, Friday, Feb. 23, 1973, n. 58715, p. VI.

THE TIMES. Newsreel Ban On Olympics. London, England, Sept. 21, 1956, p. 10. The Times Digital Archive, 1785-2008. Web. 22 Nov. 2014. Disponível em: <<http://find.galegroup.com/dvnw/infomark.do?&source=gale&prodId=DVNW&userGroupN ame=capesnatgeo&tabID=T003&docPage=article&docId=CS169826101&type=multipage&contentSet=LTO&version=1.0>>. Acesso em: 4 mar 2014.

THE TIMES. Olympic Games Doomed. London, England, July 22, 1924, p. 14. The Times Digital Archive, 1785-2008. Web. 27 Dec. 2014.

THE TIMES. Olympic Games will be streamlined. (AP). London, England, Thursday, March 01, 1990, n. 6.3642, p. 44.

THE TIMES. U.S. Television Plan For Coronation. London, England, Feb. 14, 1952, p. 4. The Times Digital Archive, 1785-2008. Web. 22 Nov. 2014. Disponível em: <<http://find.galegroup.com/dvnw/infomark.do?&source=gale&prodId=DVNW&userGroupN ame=capesnatgeo&tabID=T003&docPage=article&docId=CS68243022&type=multipage&contentSet=LTO&version=1.0>>. Acesso em: 4 mar 2014.

THOMPSON, John B. A nova visibilidade. *Matrizes*, São Paulo, v.1 , n. 2, p. 15-28, abr. 2008.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2009.

TOMLINSON, Alan. The commercialization of the Olympics: Cities, corporations and the Olympic commodity. *Global Olympics: Historical and sociological studies of the modern Games*, Londres, Chicago, Pequim, v. 3, p. 179, 2005.

_____. Olympic legacies: recurrent rhetoric and harsh realities. *Contemporary Social Science*, Londres, v. 9, n. 2, p. 137-158, 2014.

TOOHEY, Kristine; TAYLOR, Tracy. Mega events, fear, and risk: Terrorism at the Olympic Games. 2008. *Journal of Sport Management*, Ottawa, v. 22, n. 4, p. 451-469, 2008.

TSATSOU, Panayiota. Reconceptualising Time and Space in the Era of Electronic Media and Communications, *PLATFORM: Journal of media and communication*, Melbourne, v.1, p. 11-32, 2009.

UNESCO. *Television: a world survey*. Nova Iorque: Arno Press, 1972.

WAMSLEY, Kevin B. The global sport monopoly: a synopsis of 20th century Olympic politics. *International Journal*, Toronto, p. 395-410, 2002.

WEISSBERG, Jean-Louis. Paradoxos da teleinformática. In: PARENTE, André (Org.). *Tramas da rede*. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 113-141.

WHITTKER, Jason. Why Olympics coverage looks more like a slideshow. Australia: Crikey. 30 de julho de 2012. Disponível em: <<http://www.crikey.com.au/2012/07/30/why-olympics-coverage-looks-more-like-a-slideshow>>. Acesso em: 23 mar 2015.

WILKINSON, Jeffrey; GRANT, August; FISHER, Douglas. *Principles of convergent journalism*. Nova York: Oxford University Press, 2012.

WILLIAMS, Raymond. *Television: Technology and cultural form*. London and New York: Routledge, 1974.

WILLIAMS, M. Rewiring Media History: Intermedial Borders. In: STEIGER, Janet; HAKE, Sabine. *Convergence Media History*. Nova York: Routledge, 2009. p. 46-56.

WU, Tim. *Império das Comunicações: do telephone à internet, da AT&T ao Google*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

YONG JIN, Dal. *De-Convergence of Global Media Industries*. London, New York: Routledge, 2013.

YTREBERG, E. Review Article: Convergence: Essentially Confused? *New Media & Society*, Chicago, May, v. 13, n. 1, p. 502-508, 2011.

ZAMBENEDETTI, Gustavo; SILVA, Rosane Azevedo Neves da. Cartografia e genealogia: aproximações possíveis para a pesquisa em psicologia social. *Psicologia & Sociedade*, Florianópolis, v. 23, n. 3, p. 454-463, 2011.

ZAVOINA, Susan; REICHERT, Tom. Media convergence/management change: The evolving workflow for visual journalists. *The Journal of Media Economics*, Londres, v. 13, n. 2, p. 143-151, 2000.

ZIMBALIST, Andres. *Circus Maximus: the economic gamble behind hosting the Olympics and the World Cup*. Washington: Brookings, 2015.

ZILLER, Joana. *Qualidade da informação e produsage: semiótica, informação e o usuário antropofágico*. Belo Horizonte: UFMG, 2011. 314f. Tese (doutorado em Ciência da Informação)

- Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.

Profissionais entrevistados na BBC

1. Steve Wyeth – Radio broadcaster e produtor da Radio Five
2. Cathy Stone – Senior Duty Editor, Sports News TV
3. Ian Moss – Assistant Editor BBC Sport
4. Andy Dickman – BBC Sports News producer
5. Gary Green – Technology Demonstrator at the Blue Room
6. Ore Oduba – Apresentador BBC Sport TV
7. Ollie Williams – BBC Olympic Sports reporter em Sochi
8. Kieran Fox – Senior Producer BBC Sport News
9. Martin Richardson – Interactive producer
10. Amy Miveld – Events Producer
11. Adrian Hobart – BBC World Service
12. Philip Gordos – Editor Assistant
13. Alex Murray – Social Media Editor

Profissionais entrevistados fora da BBC

1. Glenda Korporaal - Olympic correspondent for the Sydney Morning Herald
2. Neil Breen – Australian Olympic correspondent Channel 9
3. Howard Berkes – American Journalist senior Olympic correspondent for NPR

ANEXOS

Anexo 1

Princípios do Olimpismo:

1. O Olimpismo é uma filosofia de vida que exalta e combina de forma equilibrada as qualidades do corpo, da vontade e da mente. Aliando o desporto à cultura e educação, o Olimpismo procura ser criador de um estilo de vida fundado no prazer do esforço, no valor educativo do bom exemplo, na responsabilidade social e no respeito pelos princípios éticos fundamentais universais.
2. O objetivo do Olimpismo é o de colocar o desporto ao serviço do desenvolvimento harmonioso da pessoa humana em vista de promover uma sociedade pacífica preocupada com a preservação da dignidade humana.
3. O Movimento Olímpico é a ação, concertada, organizada, universal e permanente, de todos os indivíduos e entidades que são inspirados pelos valores do Olimpismo, sob a autoridade suprema do COI. Estende-se aos cinco continentes. Atinge o seu auge com a reunião de atletas de todo o mundo no grande festival desportivo que são os Jogos Olímpicos. O seu símbolo é constituído por cinco anéis entrelaçados.
4. A prática do desporto é um direito do homem. Todo e qualquer indivíduo deve ter a possibilidade de praticar desporto, sem qualquer forma de discriminação e de acordo com o espírito olímpico, que requer entendimento mútuo, com espírito de amizade, solidariedade e *fairplay*.
5. Reconhecendo que o desporto ocorre no contexto da sociedade, as organizações desportivas no seio do Movimento Olímpico devem ter direitos e obrigações de autonomia, que incluem a liberdade de estabelecer e controlar as regras da modalidade desportiva, determinar a estrutura e governança das suas organizações, gozar do direito a eleições livres de qualquer influência externa e a responsabilidade de assegurar que os princípios da boa governança sejam aplicados.
6. Toda e qualquer forma de discriminação relativamente a um país ou a uma pessoa com base na raça, religião, política, sexo ou outra é incompatível com a pertença ao Movimento Olímpico.
7. Pertencer ao Movimento Olímpico exige o respeito pela Carta Olímpica e ser dotado(a) do reconhecimento do COI. (IOC, 2013)³¹⁰.

³¹⁰ Disponível em: <<http://www.pned.pt/media/1460/cartaolimpica.pdf>>. Acesso em: 12 fev. 2014.

Anexo 2: Missões do Comitê Olímpico Internacional

1. Encorajar e apoiar a promoção da ética e da boa governança no desporto bem como a educação dos jovens pelo desporto e orientar os seus esforços para assegurar que no desporto prevalece o espírito de *fairplay* e a violência é banida;
2. Encorajar e apoiar a organização, o desenvolvimento e a coordenação do desporto e das competições desportivas;
3. Assegurar e regular a celebração dos Jogos Olímpicos;
4. Cooperar com as organizações e autoridades públicas ou privadas competentes, a fim de colocar o desporto ao serviço da humanidade e de promover assim a paz;
5. Agir para reforçar a unidade do Movimento Olímpico, proteger a sua independência e preservar a autonomia do desporto;
6. Agir contra qualquer forma de discriminação que afete o Movimento Olímpico;
7. Encorajar e apoiar a promoção das mulheres no desporto, a todos os níveis e em todas as estruturas, com vista à aplicação do princípio da igualdade entre homens e mulheres;
8. Dirigir a luta contra a dopagem no desporto;
9. Encorajar e apoiar medidas de proteção da saúde dos atletas;
10. Opor-se ao abuso político ou comercial do desporto e dos atletas;
11. Encorajar e apoiar os esforços das organizações desportivas e das autoridades públicas de forma a assegurar o futuro social e profissional dos atletas;
12. Encorajar e apoiar o desenvolvimento do desporto para todos;
13. Encorajar e apoiar uma preocupação responsável com as matérias do ambiente, promover o desenvolvimento sustentável no desporto e exigir que os Jogos Olímpicos sejam organizados em conformidade;
14. Promover junto das cidades e países anfitriões o legado positivo dos Jogos Olímpicos;

15. Encorajar e apoiar iniciativas que estabeleçam a interseção do desporto com a cultura e a educação;
16. Encorajar e apoiar as atividades da Academia Olímpica Internacional (AOI) e outras instituições que se dediquem à educação olímpica. (IOC, 2013)

Anexo 3

Direitos Comerciais do IOC

1. Enquanto líder do Movimento Olímpico, o COI é responsável por promover os valores do Movimento Olímpico e por providenciar suporte material nos esforços para organizar e disseminar os Jogos Olímpicos, apoiando as FI, os CON e os atletas nas suas preparações para os Jogos Olímpicos. O COI é detentor de todos os direitos, direta e indiretamente conexos com os Jogos Olímpicos e das propriedades olímpicas descritas na presente Regra, cujos direitos têm o potencial de gerar receitas para tais propósitos. É do maior interesse do Movimento Olímpico e respectivas partes constitutivas que se beneficiam de tais receitas que todos aqueles direitos e propriedades olímpicas sejam o mais possível alocados à proteção de todos os envolvidos e que o inerente uso seja aprovado pelo COI.
2. Os Jogos Olímpicos são propriedade exclusiva do COI, que é titular de todos os direitos e todos os deveres relacionados aos Jogos, nomeadamente os direitos relativos à sua organização, exploração, transmissão, registro, representação, reprodução, acesso e disseminação, sob qualquer forma e através de qualquer meio ou mecanismo existente ou futuro.
3. O COI deve determinar as condições de todo o acesso e a utilização de dados relativos aos Jogos Olímpicos e às competições e prestações desportivas no quadro dos Jogos Olímpicos.
4. O símbolo olímpico, a bandeira, a divisa, o hino, as identificações (nomeadamente “Jogos Olímpicos” e “Jogos da Olimpíada”), as designações, os emblemas, a chama e as tochas olímpicas, tal como definidos nas Regras 8-14, podem, quando conveniente, ser coletiva ou individualmente designados por “propriedades olímpicas”. Todos os direitos sobre toda ou qualquer das propriedades olímpicas, bem como todos os direitos de uso e conexos são propriedade exclusiva do COI, nomeadamente o uso com fins lucrativos, comerciais ou publicitários. O COI pode licenciar no todo ou em parte os seus direitos, nos termos e condições fixados pela Comissão Executiva do COI. (IOC, 2013)