

A sustentabilidade como elemento central na comunicação dos Jogos Olímpicos Rio 2016¹

Lucas Rodrigues Félix²

Maria do Socorro Furtado Veloso³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

A temática ambiental, que ao longo das últimas décadas vem se tornando protagonista na articulação de múltiplas fontes de conhecimento (LEFF, 2006, p. 136), foi um elemento destacado para a organização dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro desde o processo de candidatura da capital fluminense, com significativo impacto no tratamento midiático que o evento recebeu. A partir de um estudo de caso (YIN, 2001), este resumo expandido observa a influência da sustentabilidade na construção dos elementos da identidade visual da Rio 2016, como a logomarca, a fonte e os pictogramas oficiais.

PALAVRAS-CHAVE: sustentabilidade; Rio 2016; Jogos Olímpicos; identidade visual; comunicação e esporte

O sonho olímpico do Brasil

Em sua busca pela chance de sediar de forma inédita uma edição olímpica na América do Sul, o Brasil revisitou os pontos fracos das candidaturas anteriores no planejamento da campanha pelos Jogos de 2016. O comitê formado em torno da aspiração do Rio de Janeiro buscou mostrar garantias sobre a união dos representantes brasileiros, bem como reforçar o apoio da população local ao projeto olímpico. O então presidente Luiz Inácio Lula da Silva participou pessoalmente da campanha, que incluiu a sua

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Esporte, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

² Graduado em Comunicação Social, com habilitações em Jornalismo e Audiovisual, pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Mestre e doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da mesma instituição; e-mail: falecomlucasfelix@gmail.com

³ Jornalista formada pela Universidade Federal do Pará (UFPA), mestre em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Professora associada do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Decom/UFRN); e-mail: socorroveloso@uol.com.br

presença em Pequim para a Olimpíada de 2008⁴. O dossiê da candidatura dedicou um capítulo inteiro aos temas ambientais e meteorológicos (COMITÊ, 2009, p. 84), destacando o potencial natural brasileiro e elencando a diversidade de ecossistemas e o pioneirismo na massificação das energias renováveis. Sobre o Rio de Janeiro, o texto do Comitê (2009, p. 86) exalta o seu extenso litoral de 106 quilômetros e a grande cobertura florestal que ocupa um quinto da área da capital fluminense. Há ainda o destaque de que o período previsto e posteriormente confirmado para a realização dos Jogos, em agosto, habitualmente possui previsão de menor impacto de vendavais e temporais na cidade. Tais condições eram esportivamente relevantes para as disputas de canoagem, remo e vela.

Entre os compromissos assumidos pela organização, que garantiu o comprometimento dos três níveis governamentais na coordenação das medidas ambientais em sua promessa ao Comitê Olímpico Internacional (COI), estavam a neutralidade das emissões de carbono, a boa qualidade do ar e a responsabilidade na gestão dos resíduos sólidos. Como garantia da conformidade dos projetos olímpicos com a sustentabilidade, o dossiê (COMITÊ, 2009, p. 104) realçou os papéis do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente (Ibama), do Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA) e do Instituto Estadual do Ambiente (Inea) no acompanhamento das obras de maior porte na cidade.

Diante de seguidas derrotas do Brasil em votações anteriores para a escolha da cidade olímpica, com as investidas por Brasília em 2000 e pelo próprio Rio de Janeiro em 2004 e 2012, a vitória carioca não era vista como certa na manhã de 2 de outubro de 2009, data em que o COI faria o anúncio da cidade escolhida, mesmo com as garantias ambientais estabelecidas durante o processo de candidatura. A percepção era de que a realização da Copa do Mundo de futebol no Brasil apenas dois anos antes poderia ser vista pelos votantes como um elemento pouco favorável, já que a atenção midiática e os investimentos públicos e privados entre os megaeventos seriam divididos ao longo dos anos seguintes. Diante da dúvida, o país acompanhou o processo atentamente pela

⁴ "Estou convencido que o Rio de Janeiro precisa fazer esta Olimpíada e estou convencido de que o Brasil, mais do que qualquer outro país, tem o direito de fazer", declarou o presidente Lula na ocasião. Disponível em: <https://olimpiadas.uol.com.br/ultimas/2008/08/08/ult5584u3749.jhtm>. Acesso em: 22 mar. 2024.

televisão e demais meios de comunicação. Entre os momentos transmitidos, esteve o discurso do discurso do presidente Lula aos delegados do COI. Em sua fala, ele reforçou a necessidade de que fosse revista a exclusão até então imposta aos sul-americanos da lista de sedes olímpicas. Após o Rio superar Madri por 66 votos a 32 na rodada final da votação, Lula se emocionou em uma entrevista coletiva realizada em Copenhague⁵. Na cidade, o dia⁶ foi decretado como ponto facultativo e uma multidão acompanhou o anúncio em telões espalhados pela orla.

Represento aqui as esperanças e sonhos de mais de 190 milhões de brasileiros. Muitos nos acompanham pela TV neste momento, em telões nas areias de Copacabana, nas vitrines das lojas em São Paulo ou em pequenos televisores nas margens do rio Amazonas. Estão todos unidos torcendo pelo Rio de Janeiro. Somos um povo apaixonado pelo esporte, apaixonado pela vida. Olhando para os cinco aros do símbolo olímpico, vejo neles meu país: um Brasil de homens e mulheres de todos os continentes. (...) Não só somos um povo misturado, mas um povo que gosta muito de ser misturado. É o que faz a nossa identidade. Digo com toda a franqueza: chegou a nossa hora. (...) Entre os países que disputam hoje a indicação, somos os únicos que nunca tivemos essa honra. Para os outros, será apenas mais uma Olimpíada. Para nós, será uma oportunidade sem igual. (BRASIL, 2009)

O Rio de Janeiro retratado para o mundo

A paisagem natural do Rio de Janeiro seguiu sendo um ponto central da Olimpíada de 2016 além da festa pela escolha da cidade como sede dos Jogos. A praia de Copacabana, por exemplo, foi a eleita para a revelação da logomarca oficial da Olimpíada⁷. A divulgação ocorreu durante as comemorações para recepcionar a chegada do ano de 2011, com um bandeirão sendo estendido sobre o público presente⁸. No dia

⁵ Lula destacou o “orgulho imenso de defender o Brasil”. Disponível em: <https://youtu.be/ytiBIE5cTj0?t=45>. Acesso em: 22 mar. 2024.

⁶ Desde então, o dia 2 de outubro passou a ser oficialmente o “terceiro aniversário” do Rio de Janeiro, sendo somado às datas da fundação propriamente dita da cidade (1º de março) e da celebração de São Sebastião (20 de janeiro), o seu padroeiro. Disponível em: <https://ge.globo.com/olimpiadas/noticia/2010/10/na-comemoracao-do-rio-2016-paes-decreta-terceiro-aniversario-do-rio.html>. Acesso em: 22 mar. 2024.

⁷ Até então, a logomarca era um segredo guardado por cerca de 400 pessoas. Não houve registro de vazamento. Disponível em: <https://ge.globo.com/olimpiadas/noticia/2010/12/rio-2016-mostra-sua-cara-e-lanca-em-copacabana-logomarca-dos-jogos.html>. Acesso em: 22 mar. 2024.

⁸ A cerimônia contou com a presença de Jacques Rogge, então presidente do Comitê Olímpico Internacional. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5w11yxeedg4&t=2264s>. Acesso em: 22 mar. 2024.

seguinte, Dilma Rousseff foi empossada em Brasília como sucessora de Luiz Inácio Lula da Silva⁹.

Na sequência da exibição realizada em Copacabana, as redes sociais do comitê organizador publicaram um vídeo em que a presença do esporte na rotina carioca foi novamente ressaltada¹⁰. Na produção, a marca foi revelada com o Pão de Açúcar ao fundo. O complexo geológico inspirou as formas do desenho, produzido pela primeira vez na história olímpica de maneira tridimensional¹¹. De acordo com o *designer* Fred Gelli, da agência Tátil, a ideia inédita veio pelo tratamento do próprio Rio de Janeiro como uma cidade escultural¹². Para Weissheimer (2013, p. 17), “o movimento, a beleza ideal e a intenção do convívio harmonioso entre todas as nações” estavam retratados no abraço com que a ilustração buscou abranger a coletividade.

O alcance da obra também foi ampliado com a opção pela presença das cores da bandeira nacional, indicando que a Olimpíada era um símbolo de todo o Brasil. A paleta visual buscou ainda representar outros significados além da nacionalização do evento. Campoy (2018, p. 79) destaca, entre outros pontos, “o amarelo do sol, do espírito caloroso e alegre; o azul do mar e da fluidez da água; e o verde das florestas e da esperança”.

Baseada na marca já estabelecida, a tipografia dos Jogos do Rio foi desenvolvida pelo estúdio especializado Dalton Maag (MELLO; CAMPOY, 2017, p. 118). A fonte buscou representar os movimentos dos atletas e das paisagens cariocas. A empresa foi a mesma responsável pelos pictogramas, termo que mistura origem grega e latina e equivale a “palavra pintada”. Os símbolos, utilizados desde os Jogos de 1964, representam

⁹ A cerimônia contou com a presença de Rogge, que ouviu as garantias do novo Governo Federal para a realização do evento. Disponível em: <https://ge.globo.com/olimpiadas/noticia/2011/01/na-posse-dilma-recebe-presidente-do-coi-e-garante-apoio-aos-jogos-2016.html>. Acesso em: 22 mar. 2024.

¹⁰ Modalidades como futebol, vôlei de praia e esgrima foram destacadas. Disponível em: <https://youtu.be/UdmgHnqxyBo>. Acesso em: 22 mar. 2024.

¹¹ Durante os pódios da Olimpíada, os medalhistas foram presenteados com uma escultura em 3D. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/5249725/>. Acesso em: 22 mar. 2024.

¹² A paisagem vista da Lagoa Rodrigo de Freitas, palco das provas da canoagem e remo, foi apontada por ele como um dos exemplos desse conceito. Disponível em: <https://youtu.be/SDb5ETwjiU?t=211>. Acesso em: 01 jun. 2023.

visualmente os esportes disputados nas Olimpíadas. A forma das ilustrações foi inspirada no seixo, um fragmento de rocha ou minério de bordas arredondadas encontrado especialmente em margens de rios e cachoeiras¹³.

Entre os destaques, Scoz, Motta e Oliveira (2015, p. 205) apontam que “as linhas sinuosas que figurativizam cada esporte aparecem sempre com certa angulação (...), o que recupera a plasticidade tátil tanto do seixo quanto da paisagem topológica da cidade do Rio de Janeiro”. Todas as mais de quarenta modalidades que competiram no Rio de Janeiro foram simbolizadas, incluindo o estreante rúgbi e o golfe, que estava afastado do programa olímpico há mais cem anos¹⁴.

Considerações finais

Diante da vitrine mundial que Rabusky (2017, p. 16) aponta ser concedida pela organização de uma Olimpíada, evento que Payne (2006, p. 41) aponta estar intrinsecamente relacionado aos meios de comunicação de massa por lhes conceder “alguns de seus momentos mais emocionantes, estabelecendo regularmente novos recordes de audiência (...), oferecendo imagens notáveis e inspiradoras”, o Brasil fez a opção em abraçar a temática ambiental, conseguindo exercer um efetivo *soft power* (NYE, 2002) para dar visibilidade a um de seus principais assuntos.

Mesmo com a ressalva do descumprimento de promessas realizadas durante o processo de candidatura da Rio 2016, como a despoluição da Baía de Guanabara, a Olimpíada carioca efetivamente serviu para que se fizesse o que Costa (2005, p. 148) aponta como uma das principais necessidades da comunicação ambiental: a legitimação de sua prioridade ao redor do mundo.

¹³ O cascalho inspirou outros elementos visuais dos Jogos, como a representação das sedes do futebol além do Rio de Janeiro (Brasília, Belo Horizonte, São Paulo, Salvador e Manaus). Disponível em: <https://agenciarcara.com.br/identidade-visual-olimpiadas-2016-rio-2016-estudo-de-caso/>. Acesso em: 23 mar. 2024.

¹⁴ Uma das preocupações para a composição dos pictogramas foi com a multiplicidade de suportes em que os pictogramas seriam aplicados. Disponível em: <https://youtu.be/WIY2BRJxyKI>. Acesso em: 23 mar. 2024.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Presidente Luiz Inácio Lula da Silva. **Discurso aos delegados do Comitê Olímpico Internacional por ocasião da votação para escolha da cidade olímpica de 2016**. Copenhague, 2009.

CAMPOY, Rafael. **Diálogos entre design e cultura: marca olímpica Rio 2016**. Dissertação (Educação, Arte e História da Cultura). São Paulo: Mackenzie, 2018.

COMITÊ DE CANDIDATURA RIO 2016. **Dossiê de candidatura do Rio de Janeiro a sede dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016**. Rio de Janeiro, 2009.

COSTA, Luciana Miranda. A formação do campo ambiental: um resgate histórico do contexto nacional e amazônico. In: **Tempo da Ciência**, v. 12, n. 23. Cascavel: UNOESTE, 2005.

FÉLIX, Lucas Rodrigues. **Abençoado por Deus e bonito por natureza: a imagem sustentável do Brasil na cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos Rio 2016**. Monografia (Comunicação Social – Audiovisual). Natal: UFRN, 2023.

LEFF, Enrique. **Epistemologia ambiental**. São Paulo: Cortez, 2006.

MELLO, Regina Lara Silveira; CAMPOY, Rafael. Marca Rio 2016: o design como legado olímpico. In: **Revista Trama Interdisciplinar**, v. 8, n. 3. São Paulo: Mackenzie, 2017.

NYE, Joseph Samuel. **Paradoxo do Poder Americano**. São Paulo: Editora Unesp, 2002.

PAYNE, Michael. **A virada olímpica: como os Jogos Olímpicos tornaram-se a marca mais valorizada do mundo**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.

RABUSKY, Joana Guterres de Oliveira. **Isso aqui é um pouquinho de Brasil: a construção da imagem social do Brasil no período olímpico por jornais internacionais**. Monografia (Relações Públicas). Porto Alegre: UFRGS, 2017.

SCOZ, Murilo; MOTTA, Rafael Garcia; OLIVEIRA, Sandra Regina Ramalho e. **Semiótica para o design de informação: estudo dos pictogramas olímpicos de 2016**. In: 7º Congresso Internacional de *Design* da Informação. São Paulo: Blucher, 2015.

WEISSHEIMER, Maria da Glória. Rio 2016 e As Três Graças: as muitas faces em uma mesma imagem. In: **Maiêutica**, v. 1, n. 1. Indaial: UNIASSSELVI, 2013.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.