

Os mascotes Tom e Vinicius: representações da cultura brasileira nos Jogos Olímpicos Rio2016¹

Paula Regina Puhl²

Roberto Tietzmann³

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre, RS

Resumo

O objetivo do artigo é discutir as representações dos mascotes criados para os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio2016. A proposta é desenvolver uma análise sobre a animação *Vinicius e Tom – Divertidos por natureza*, veiculada no *Cartoon Network*. Vinicius, mascote olímpico e Tom, mascote paralímpico foram criados para comunicarem características geográficas, sociais e culturais do povo brasileiro, a começar pelos nomes que fazem alusão aos dois fundadores da Bossa Nova, Tom Jobim e Vinicius de Moraes. Para a análise são exploradas as temáticas dos episódios e analisadas as formas de representação das modalidades esportivas, regiões da cidade sede e as instalações olímpicas. Como resultado, verificamos que os episódios apresentam os espaços de competição e do turismo na cidade, fazem alusão a diversos esportes a fim de reforçar aspectos sócio-culturais relacionados à cultura brasileira.

Palavras-chave

Mascotes; Jogos Olímpicos Rio2016; Comunicação; Esporte; Identidade brasileira.

As imagens em tempo de mega eventos

A cidade do Rio de Janeiro, vai receber os jogos Olímpicos em 2016 no período de cinco a vinte e um de agosto. Ao todo serão 42 esportes, 306 provas, 37 arenas e irá contar com a participação de 206 países⁴. O Comitê Olímpico do Brasil (COB) espera receber mais de um milhão de visitantes⁵ durante o período dos jogos olímpicos de verão e os gastos com a organização do evento já ultrapassaram R\$ 37,5 bilhões⁶, de acordo com a Cartilha das Olimpíadas do Tribunal de Contas da União (TCU) de 2016.

Entre diversas estratégias ligadas ao marketing e a publicidade, a questão é como atrair um público que provém dos mais diferentes lugares do mundo e fazer com que essas pessoas se sintam acolhidas pelo povo brasileiro? Neste sentido a figura dos mascotes

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Comunicação Social e professor da Famecos/PUCRS e pertence ao GPEO – Grupo de Pesquisa em Estudos Olímpicos da PUCRS. E-mail: paula.puhl@pucrs.br

³ Doutor em Comunicação Social e professor do Programa de Pós-Graduação da Famecos/PUCRS. E-mail: rtietz@pucrs.br

⁴ Informações do site oficial Rio2016, disponível em: www.rio2016.com/. Acesso em 19 de junho de 2016.

⁵ Informações do site do Jornal Estadão: <http://www.estadao.com.br/noticias/geral,brasil-espera-receber-1-milhao-de-turistas-estrangeiros-em-2016-com-olimpiada-diz-ministro,1562393>. Acesso em 19 de junho de 2016.

⁶ Dados disponíveis na Cartilha do Tribunal de Contas da União (TCU): <http://www.fiscalizario2016.gov.br/fiscaliza-rio-2016/publicacoes/o-tcu-e-as-olimpiadas-de-2016-2-edicao-1.htm> Acesso em 19 de junho de 2016.

podem ser vistas como uma estratégia de relacionamento entre o país, estrangeiros e ideais olímpicos, sendo entendidos como embaixadores, e por isso o processo que vai desde a sua criação até os meios pelos quais são divulgados, são o foco deste artigo que discute o diálogo proposto pelos mascotes Tom e Vinicius com a cultura brasileira, por intermédio da animação *Vinicius e Tom: Divertidos por Natureza*, veiculada desde agosto de 2015 no canal *Cartoon Network*.

A criação dos mascotes olímpicos: de Waldi (1972) a Tom e Vinicius (2016)

A imagem dos mascotes dos jogos olímpicos de verão tem se modificado desde o primeiro mascote oficial olímpico, Waldi, o *dachshund*, apresentado em Munique em 1972. De acordo com o International Olympic Committee⁷ os mascotes são os embaixadores mais populares e funcionam como uma “memória afetiva” dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos. Seus objetivos são promover a cultura do país sede e difundir os valores olímpicos, de forma festiva, além de receber os atletas e visitantes de todo o mundo. De acordo com a pesquisadora Roukhadzé (1991)⁸ a palavra mascote é derivado do provençal e consta em dicionários de francês desde o final do século 19, devido a criação de um bracelete, a partir da ópera *La Mascotte*, que funcionaria como uma joia que poderia trazer boa ou má sorte.

Ao todo foram criados onze mascotes desde Waldi em 1972. Eles são exemplos de criatividade, imaginação e criatividade artística. Alguns mascotes foram inspirados em animais como nos jogos de Munique 1972, Montreal 1976 (Castor Amik), Moscou 1980 (o conhecido urso Mischa), Los Angeles 1984 (águia Sam), Seul 1988 (tigre Hodori), Sydney 2000 com Syd (ornitorrinco), Olly (ave) e Millie (equidna). Personagens míticos e imaginários começaram a fazer parte do processo criativo dos mascotes nos jogos de Barcelona em 1992 com Cobi, um cão estilizado criado pelo designer, Javier Mariscal. O próximo mascote foi Izzy em Atlanta 1996, Phevos e Atenas, dois deuses irmãos, representaram Atenas 2004, Beibei, Jingjing, Huanhuan, Yingying, Nini, que representavam os cinco anéis olímpicos e foram criados inspirados nos elementos da natureza foram os mascotes dos jogos de Beijing 2008 e por fim em Londres 2012 o mascote oficial foi Wenlock, nome da cidade Munch Wenlock em Shropshire.

⁷ Olympic Summer Games Mascots from Munich 1972 to Rio 2016. Disponível em: http://www.olympic.org/Assets/OSC%20Section/pdf/Olympic_Summer_Games_Mascots_from_Munich_1972_to_Rio_2016%20_Reference%20_Document.pdf. Acesso em 11 de junho de 2016.

⁸ Marie-Hélène Roukhadzé citada no texto do IOC. Texto original (The Olympic Mascot, in Olympic Message, August 1991, n. 30, pp. 8-9)

A escolha dos mascotes para os jogos do Rio2016 contou com um concurso nacional⁹ entre vinte e quatro empresas. Foram apresentados quatorze briefings criativos. Desses, três pares de personagens foram apresentados ao público-alvo, crianças de 6 a 12 anos. Em agosto de 2013, a Birdo Produções, empresa de São Paulo, foi escolhida vencedora, de acordo com uma das criadoras dos mascotes Luciana Eguti: "A nossa busca foi de um personagem original. A gente se baseou mais no conceito de traduzir a diversidade do Brasil, e aí trabalhar fauna e flora, do que necessariamente ter a preocupação de ficar referenciando ao que foi passado"¹⁰. Após a escolha, o público brasileiro teve a oportunidade de votar em três opções de nomes para os mascotes. As opções eram: *Oba e Eba*, *Tiba Tuque e Esquindim* e os nomes vencedores *Vinicius*, para jogos olímpicos e *Tom* para os jogos paralímpicos, inspirados nos dois músicos da Bossa Nova Vinicius de Moraes e Tom Jobim. A votação aconteceu pelo site www.rio2016.com/mascotes e pelo perfil do Rio 2016 no Twitter (@Rio2016). O lançamento oficial aconteceu no programa de televisão Fantástico em novembro de 2014, na Rede Globo¹¹.

No site oficial Rio2016 são apresentados os perfis dos mascotes. Vinicius, mascote dos Jogos Olímpicos descreve a sua essência: “uma mistura ‘animal’ de todos os bichos brasileiros. Nasci da explosão de alegria que rolou quando disseram que o Rio ia ser a casa dos Jogos Olímpicos, no dia 2 de outubro de 2009”. Além disso tanto no áudio do site como na descrição em texto são encontradas as seguintes características, ditas pelo mascote “ Eu posso me esticar [...] quanto eu quiser. Além disso, como sou uma mistura dos animais brasileiros, posso fazer tudo de bom que eles fazem: correr mais rápido, pular mais alto e ser mais forte. [...] sou super – comunicativo”.

A missão de Vinicius é colocada como contagiar o mundo com alegria e celebrar a amizade no evento. Também é destacado que o seu melhor amigo é Tom, o mascote Paralímpico, caracterizado por ser a mistura da flora brasileira e conseguir reagir aos desafios a partir da criatividade, inteligência e vontade. Nas descrições do personagem aparecem citações como: “quando não estou agitando por aí, gosto mesmo é de abrir um livro e aprender mais sobre o mundo. Também adoro um samba de raiz e todos os ritmos brasileiros. Curto fazer amigos e compartilhar o que eu sei.”.

⁹ Vídeo que conta o processo de escolha dos mascotes, disponível no canal Rio2016: <https://www.youtube.com/watch?v=0rB18pxjUHY>. Acesso em 16 de junho de 2016.

¹⁰ Informações disponíveis em: globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2014/11/paes-nuzman-e-criadores-falam-sobre-escolha-dos-mascotes-do-rio-2016.html. Acesso em 16 de junho de 2016.

¹¹ Fonte: <http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2014/11/paes-nuzman-e-criadores-falam-sobre-escolha-dos-mascotes-do-rio-2016.html>

Essas características dos mascotes são apresentadas na animação, de um minuto, desenvolvida pela produtora Birdo. Esse episódio de abertura da série recria o momento em que o Rio de Janeiro foi escolhido como sede dos Jogos Olímpicos de 2016 e destaca o “nascimento” dos mascotes¹². Esse acontecimento é posteriormente retrabalhado no primeiro episódio da série.

As informações do perfil dos mascotes estão disponíveis em inglês e português¹³, também é possível interagir com eles através de brincadeiras e fazer um *selfie*. Além do site oficial dos mascotes, em junho de 2015, foi apresentada a parceria com a empresa *Cartoon Network* para a exibição da série “*Vinicius e Tom – Divertidos por natureza*”. A previsão é ter 32 episódios, cada um com dois minutos, que estão sendo veiculados pelo canal e em diferentes plataformas digitais. Neste artigo são analisados os 7 episódios disponíveis até a data de 15 de junho de 2016. A estreia do primeiro episódio foi em 5 de agosto de 2015, um ano antes do início dos jogos. O investimento do canal foi de 750 mil dólares na série. Esta é a primeira vez que um país da América Latina cria um desenho animado sobre os mascotes dos Jogos Olímpicos¹⁴. A narrativa versa sobre os dois personagens em meio a paisagens naturais e urbanas brasileiras, sempre envolvidos pela temática dos esportes e valores olímpicos e Paralímpicos¹⁵.

Os mascotes e suas representações nas animações

Para a analisar a animação a base metodológica de Bardin (1977) e a técnica de análise de conteúdo foi utilizada para dar conta dos aspectos temáticos apresentados nos desenhos assim como organizar a observação das imagens.

Dando início à análise, é preciso compreender desde a produção da série *Vinicius e Tom: divertidos por natureza*. A criação e realização foi responsabilidade da empresa Birdo, fundada em 2005, que se apresenta como:

Somos um estúdio de animação independente com base em São Paulo. Nós criamos e produzimos conteúdo original para web, TV e cinema, dirigimos e animamos comerciais para clientes grandes e pequenos e prestamos serviços de produção de animação para qualquer tipo de projeto (BIRDO, 2016)¹⁶.

¹² Disponível em: <http://www.birdo.com.br/mascotes-rio2016>. Acesso em 19 de junho de 2016.

¹³ <https://www.rio2016.com/mascots/>. Acesso em 19 de junho de 2016.

¹⁴ <http://www.epgrupo.com.br/mascotes-dos-jogos-rio-2016-ganham-serie-animada-no-cartoon-network/>. Acesso em 12 de julho de 2016.

¹⁵ Disponível em: www.rio2016.com/noticias/mascotes-do-rio-2016-serao-protagonistas-de-serie-animada-no-cartoon-network-no-brasil. Acesso em 12 de julho de 2016.

¹⁶ Disponível em: <http://www.birdo.com.br/about>. Acesso em 12 de julho de 2016.

O estúdio de animação já produziu mais de “80 projetos, incluindo 6 longas-metragens, 17 curtas e videoclipes, dezenas de comerciais para clientes como FIAT, Google e Unilever, além de projetos internacionais diversos” (BIRDO, 2016). A criação dos Mascotes dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 foi o trabalho de maior visibilidade global até o momento da produtora, dada a escala do evento.

Já a escolha do *Cartoon Network*, como o canal oficial da série, não foi por acaso, pois conforme o relatório Mídia Dados (2016), o *Cartoon Network*, está disponível na maioria dos pacotes básicos de televisão por assinatura do país¹⁷, é um canal dedicado ao público infanto-juvenil com alcance a 16,2 milhões espectadores, sendo o segundo mais distribuído neste segmento, atrás apenas do *Discovery Kids* que alcança 17,5 milhões.

Neste artigo selecionamos os episódios para análise a partir canal do YouTube “Rio 2016” gerenciado pelo comitê organizador do evento. Quando da redação, no início de junho de 2016, as animações estavam reunidas em uma lista vinculada ao canal com sete episódios. Escolhemos esta fonte para as animações por sua primariedade. Estes mesmos episódios estavam vinculados a partir do YouTube no website específico dos mascotes mas apenas os dois primeiros estavam disponíveis no site do *Cartoon Network Brasil*, além de serem replicados por outros usuários do YouTube em suas contas pessoais de maneira não-oficial, com menor qualidade de imagem.

Os sete episódios foram copiados para análise na melhor definição disponível, alta definição plena (1080p), com auxílio da ferramenta online Clip Converter¹⁸. Além disso, também foram produzidas sínteses visuais dos episódios com auxílio do programa Movie Collage Creator (Mac OS) que transformaram cada episódio em uma grade de fotogramas congelados em intervalos regulares e permitiram a observação das situações-chave com agilidade.

Os episódios têm dois minutos de duração cada e seguem um padrão regular na sua forma: abrem com uma vinheta de sete segundos que apresenta os personagens sem apresentar um título específico de cada episódio, situa a temática do episódio nos primeiros trinta segundos, desenvolve as situações específicas no tempo restante e conclui com assinatura de quatro segundos com a identificação dos produtores e detentores da propriedade intelectual. Interpretamos que estas escolhas narrativas foram tomadas para facilitar a exibição dos episódios como vinheta interprogramas na grade do *Cartoon Network*, exibida ao longo do dia sem uma sequência fixa, e exigir o mínimo de

¹⁷ https://dados.media/#/view/CATEGORY/PAYTV/MDB_PTV_GUIA_DE_CANAIS. Acesso em 12 de julho de 2016.

¹⁸ <http://www.clipconverter.cc/> Acesso em 12 de julho de 2016.

investimento na tradução e localização da série para mercados e espectadores internacionais. A regularidade da duração também aponta a televisão como janela primária para a série, uma vez que conteúdos audiovisuais seriados para a internet frequentemente apresentam uma maior variação disto, adaptando-se às necessidades da narrativa de cada episódio.

Para nos aproximarmos da análise do conteúdo presente nos episódios, seguimos os procedimentos da análise de conteúdo definidos por Bardin (1977), a partir das três etapas: a pré-análise, onde a amostra foi escolhida e organizada, caracterizada pela leitura flutuante do material, explorando com um grau de liberdade de percepção os indicadores a serem utilizados. A segunda etapa é a exploração do material com a consolidação das categorias emergentes. Por último, o tratamento e a interpretação dos conteúdos e categorias encontrados. Entendemos que este método permitiu elaborar categorias para conteúdos e circunstâncias de maneira flexível e, portanto, pertinente a série dos mascotes.

Após ter assistido os episódios repetidas vezes, ficou evidente que a série opera como os desenhos animados para crianças, apresentando humor físico, pantomima sem falas e tramas simples e cômicas. Mas também introduz uma ideia de espaço e urbanidade típica do Rio de Janeiro, onde a cidade e a natureza estão muito próximas, seja pela orla marítima, seja pelos morros. Também são criadas situações para apresentar algumas instalações olímpicas e fazer alusões a esportes, sejam parte das competições de agosto e setembro de 2016 ou esportes populares praticados ao ar livre.

A partir da percepção dos conteúdos de “Vinicius e Tom” como uma mescla entre estes três fatores, propomos como relevantes para a discussão as seguintes categorias de análise: quais situações se apresentam nos episódios?; quais esportes são sugeridos na série? ; quais regiões da cidade do Rio de Janeiro são mostradas?; quais instalações olímpicas são mostradas?

Após elencar essas questões para guiar a observação a próxima etapa é relacionar com as discussões sobre cultura e a identidade brasileira, para isso são adotados como referências teóricas para essa discussão o entendimento de cultura de Geertz (1989) e Thompson (1995) e para identidade Castells (1996).

Geertz (1989) argumenta que a discussão sobre cultura não deve ser restrita a sua natureza objetiva ou subjetiva, mas sim ter como foco o que é transmitido por meio dela. O entendimento de cultura deve estar relacionada a um contexto que une acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições ou os processos, isto é, ele acredita que

compreender a cultura de uma sociedade ajuda a entender a sua normalidade sem reduzir a particularidades. Thompson (1995) compartilha da mesma visão de Geertz ao considerar os contextos para entender o conceito de cultura. Para ele, a vida social está ligada a ações, expressões, manifestações verbais, símbolos e textos produzidos por sujeitos que se expressam por meio de artefatos e procuram entender a si mesmos e aos outros pela interpretação que produzem e recebem. Dessa forma, o autor entende o estudo da cultura com base nas interpretações e nas ações simbólicas relacionadas aos fenômenos culturais.

Nesse sentido, os meios de comunicação são um dos responsáveis em divulgar os traços culturais de um país, como percebido na série dos mascotes. As informações veiculadas nesse tipo de produto provocam significados que vão além do texto (visual/escrito); a legitimidade e abrangência do meio são fatores essenciais para a interpretação produzida pelos sujeitos que, segundo as ideias de Thompson, compreendem as formas simbólicas em seus contextos próprios.

Além da compreensão sobre cultura é preciso apresentar a importância do conceito de identidade. De acordo com Castells (1996) a produção da identidade pode ser vista como um movimento de fixação assim como de subversão e desestabilização. A construção está ligada a elementos institucionalizados pela memória coletiva e por criações e interpretações do sujeito. Para o autor “ identidade é o processo de construção de significado com base em atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(ais) prevalece(m) sobre outras fontes de significado.” (CASTELLS, 1996, p.22).

Entendemos que tanto a cultura como a identidade estão presentes em diversos elementos da série, a começar pelas situações apresentadas nos episódios, conforme o levantamento apresentado na Tabela nº1, disponível a seguir:

Tabela nº1: Quais situações se apresentam nos episódios?

	Ep. 1	Ep. 2	Ep. 3	Ep. 4	Ep. 5	Ep. 6	Ep. 7
Que situações se apresentam?	Nascimento dos personagens a partir de alegria coletiva, flora e fauna	Construção das casas dos protagonistas na floresta	Visita a pontos turísticos do Rio de Janeiro; encontro com as Irmãs Cariocas	Visita a instalações olímpicas	Brincadeiras infantis na beira de praia: castelos de areia e nado	Preparar uma refeição entre amigos	Prática de esportes populares em praias cariocas: frescobol

Fonte: Autores (2016)

A partir da Tabela nº1 podemos observar que os episódios apresentam três temáticas básicas de narrativas entrelaçadas: valores identitários brasileiros, apresentação de espaços e a prática de esportes.

Os dois primeiros episódios apontam para valores de fundo na cultura e identidade brasileira. No episódio de estreia vemos os protagonistas nascerem a partir de uma grande festa na praia de Copacabana, uma origem mitológica que funde flora, fauna, uma abundante alegria popular e uma ideia de auto-organização iniciada pela eleição da cidade do Rio de Janeiro como sede da futura olimpíada. A ideia de uma natureza mais potente que o engenho humano, faz parte das imagens do país, e revisita a imagem icônica da Baía da Guanabara com o Pão de Açúcar ao fundo. Essa imagem foi em animação pela primeira vez pelo estúdio de Walt Disney em “Alô Amigos” (EUA, Jackson; Kinney, et. al, 1942) e relida depois em “Rio” (EUA, Carlos Saldanha, 2011), conforme sintetizado na Figura nº1.

Figura nº 1: Fotogramas mostrando a Baía da Guanabara com o Pão de Açúcar



Fonte: Alô Amigos"(1942), “Rio” (2011) e na série Vinicius e Tom (2015).

Essa imagem funciona como um convite a atmosfera carioca, e também brasileira. A imagem da Baía e da montanha é uma das senhas para o legado da mitologia da cidade do Rio de Janeiro, que mesmo tendo deixado de ser a capital do país em 1960, conservou um imaginário de ser um espaço de fronteira entre a natureza e o urbano, entre o civilizado e o selvagem, ideia que continua a ser atualizada nos produtos audiovisuais.

No Brasil a identidade nacional, ao mesmo tempo que busca mostrar a diversidade da etnia do povo, está intimamente relacionada a cultura popular, segundo Ortiz (2006). O autor entende o brasileiro como resultado da miscigenação cultural, ligada à mistura entre as etnias: a branca, a negra e a índia, no entanto ele destaca que os brasileiros estão sempre preocupados em se adequarem as mentalidade de um novo Brasil moderno, que busca dialogar com as expectativas globais.

Nos dois primeiros episódios também são destacadas a relação ambígua com a potência da natureza. Embora os protagonistas sejam fruto dela (flora e fauna), Tom e Vinicius encontram outros animais em situações que lhes emprestam um grau de antropomorfização. No primeiro episódio Vinicius encontra uma cobra dentro de uma árvore, réptil de má reputação e possivelmente peçonhento. O susto do protagonista define os limites da amabilidade no encontro com a natureza. No segundo, aparece os

personagens construindo suas casas na floresta, mas somente conseguem repousar dormindo fora delas, faz uma referência a ideia de que a natureza do país é algo indomável e irredutível, ou seja por mais que a urbanização esteja se desenvolvendo cada vez mais, os recursos naturais ainda se destacam e marcam o imaginário sobre um Brasil selvagem.

Na Tabela nº 2 são apresentados os espaços citados nos sete episódios analisados. São notados tanto espaços que só existem na narrativa como lugares icônicos da cidade do Rio de Janeiro, além também da citação aos locais construídos para os jogos de 2016.

Tabela nº2: Menções a locais encontradas nos episódios

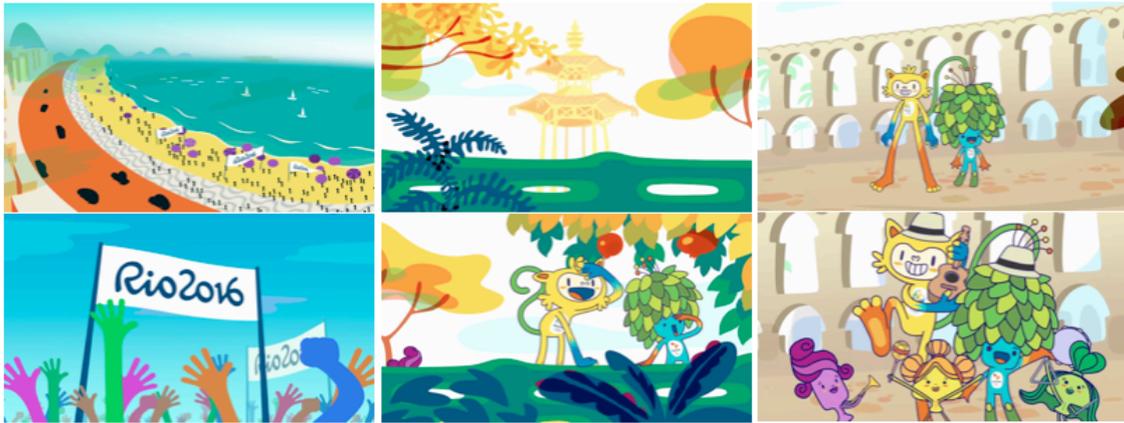
	Ep. 1	Ep. 2	Ep. 3	Ep. 4	Ep. 5	Ep. 6	Ep. 7
Instalações olímpicas	-	-	-	Centro Olímpico de Hipismo (Deodoro), Centro Olímpico de Tênis e Ginástica, Arena do vôlei de praia (Copacabana), Estádio Olímpico (Maracanã)	-	-	-
Pontos turísticos da cidade	Praia de Copacabana, Floresta da Tijuca, Baía da Guanabara, Pão de Açúcar	Floresta da Tijuca	Vista Chinesa, Arcos da Lapa	Floresta da Tijuca	-	Floresta da Tijuca	-
Espaços não identificados ou de fantasia	-	Casa de Vinicius	Rio (curso d'água)	Casa de Vinicius	Praia, mar	Casa de Vinicius	Praia

Fonte: Autores (2016)

É possível observar que no primeiro episódio há uma apresentação dos cartões postais mais conhecidos da cidade, salvo Corcovado e o Cristo Redentor. Ao longo dos sete episódios observados, o Pão de Açúcar é repetidamente avistado de diferentes ângulos, constituindo assim a principal marca geográfica natural do Rio de Janeiro ao lado das praias e da floresta. Ao mesmo tempo que apresenta pontos geográficos reconhecíveis, como vemos na Figura nº2, estes espaços sempre são mostrados como um convite ao bem-estar e à diversão, uma fantasia sancionada culturalmente conforme Amâncio (2000) em que a música e a alegria equalizam diferenças sociais e aliviam conflitos potenciais.

Na primeira coluna são apresentados os fotogramas do primeiro episódio em que a multidão celebra a escolha do Rio como cidade-sede; na segunda coluna os protagonistas contemplam o mirante da Vista Chinesa; na terceira, os Arcos da Lapa são cenário do samba.

Figura nº 2: Espaços do Rio de Janeiro



Fonte: episódios *Vinicius e Tom – Divertidos por natureza* (2015)

Assim, a multidão em festa na praia de Copacabana se irmana com o samba nos Arcos da Lapa e com a contemplação da Vista Chinesa, em um sugestão de consumo cultural e turístico para além do evento esportivo. A apresentação do samba como algo que os personagens já sabem tocar “por natureza” reforça o discurso caro à identidade nacional de uma sintonia entre fauna, flora, cultura e alegria onde mesmo uma forma arquitetônica clássica (os arcos do antigo aqueduto) servem de palco para a diversão e o estado de felicidade popular independente de quaisquer limitações de infraestrutura, como representado na ausência de eletricidade à noite que é resolvida com vagalumes ao final do episódio nº3. Aos olhos do mito, nada é capaz de deter a alegria instantânea dos brasileiros.

Esse estado de felicidade diante das dificuldades e a valorização da cultura popular é destaca por Ortiz (2006) ao compreender a relação entre a identidade nacional e cultura popular fica mais clara nas participações dos indivíduos na fixação da identidade nacional na preocupação em conservar a memória nacional, fato que ocorre ao se preservar a memória coletiva e popular. Por memória coletiva o autor cita o folclore e os ritos religiosos, que resgatam a tradição pela repetição a partir da memória coletiva dos grupos que transformam em memória nacional. A memória popular para existir deve se transformar em vivência. Essa memória é reforçada por eventos e práticas populares que singularizam a sociedade brasileira como o samba, o carnaval, o futebol e a aceitação de diversas religiões como o Candomblé que coexiste com o Catolicismo em diversas regiões do país.

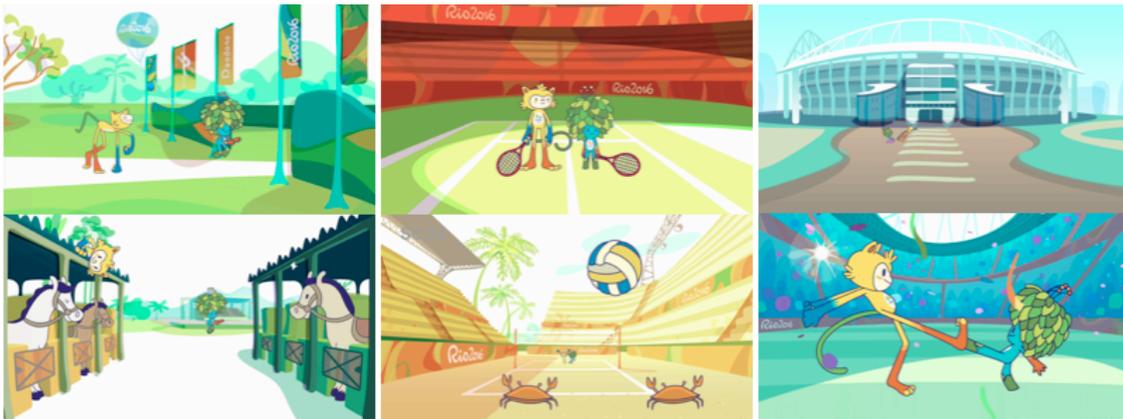
A partir do episódio nº3 Tom e Vinicius passam a ser acompanhados pelas Irmãs Cariocas, três seres ontologicamente indefinidos chamados Sol, Vida e Bela (mostrados na terceira coluna da Figura nº2). Sua entrada nas narrativas traz uma curiosa problematização de gêneros: os protagonistas são avatares da fauna e da flora, mas em princípio não teriam

gênero definido, porém ao se relacionarem com as Irmãs Cariocas ocorre uma diferenciação de gênero entre o masculino e o feminino. Elas são fisicamente menores que os protagonistas, trazem indícios de penteado e maquiagem, suas vozes são mais finas e, de uma forma que pode ser entendida como uma repetição de preconceitos construídos na cultura, cabem a elas ações secundárias na narrativa e estereotipadas.

Apenas no episódio nº7 elas são vistas praticando esportes, e mesmo assim só após assumirem o papel de bola(!) em uma partida de tênis de praia, e no episódio nº5 assumem o papel de damas em apuros a serem resgatadas, nunca sendo mostradas em paridade com os protagonistas ou incluindo uma sugestão de que as competições masculinas e femininas estão consolidadas nos jogos há décadas.

Por outro lado são as Irmãs Cariocas que guiam os protagonistas até às instalações olímpicas no episódio nº4, conforme imagens da figura nº3 abaixo.

Figura nº 3: Locais das competições Rio2016



Fonte: : Episódios *Vinicius e Tom – Divertidos por natureza* (2015)

Essa visita aos locais ocorre após uma comunicação entre os personagens por intermédio de um serviço móvel de mensagens *Whatsapp*, muito popular no Brasil. No entanto as “irmãs” estão sempre um passo adiante dos protagonistas, convidando-os para ir além. Curiosamente a ideia recorrente no episódio é que Tom e Vinicius chegam em todos os lugares de competição e os encontram concluídos, porém ociosos. Pombos jogam tênis, caranguejos disputam vôlei de praia sem plateias, sem multidões e nenhuma alegria. A visão da desocupação de tais espaços, construídos principalmente com dinheiro público, é um sinal ambíguo que o roteiro do episódio traz. Em princípio faz sentido estarem vazios uma vez que ainda não começaram as competições e estes episódios são situados cronologicamente antes da olimpíada.

No entanto, o único esporte que apresenta plateia vibrando é o futebol, após Vinicius fazer um gol no estádio do Maracanã. A justaposição de espaços olímpicos vazios com o prestígio dedicado ao esporte-símbolo do Brasil permite uma leitura pessimista em que, passados os jogos de agosto de 2016, pouco mudará na relação das massas com o esporte no país, independente da quantidade de recursos investidos, discurso recorrente tanto pela mídia brasileira¹⁹ como internacional²⁰.

Mais uma vez é percebido o destaque dado ao futebol como o único esporte que recebe aclamação. Segundo Amâncio (2000) o futebol possui uma centralidade na cultura brasileira, sendo um esporte de massa desde a década de 1930. Na narrativa as Irmãs Cariocas aparecem como espectadoras da partida de futebol e não como praticantes do esporte, evocando uma restrição desatualizada à prática do esporte por atletas do sexo feminino, já que o futebol feminino faz parte das competições desde Atlanta (1996).

Um fato interessante e transversal a todos os episódios está a prática de esportes, , conforme apresentados na Tabela nº3.

Tabela Nº3: Menções a esportes encontradas nos episódios a partir de sua análise

	Ep. 1	Ep. 2	Ep. 3	Ep. 4	Ep. 5	Ep. 6	Ep. 7
Esportes olímpicos (Vinicius, Irmãs Cariocas)	Ginástica, Atletismo	Atletismo com revezamento, Rúgbi, Arremesso de disco	Remo	Hipismo, Tênis, Ginástica, Vôlei de praia, Futebol	Futebol, Natação, Ginástica	Vôleibol, Basquetebol, Hóquei sobre grama	-
Esportes paralímpicos (Tom)	Atletismo	Judô, Tiro com arco	Canoagem de velocidade	Hipismo, Tênis	Esgrima em cadeira de rodas	Vôleibol sentado, Basquetebol em cadeira de rodas, Futebol de 5 (vendado)	-
Esportes populares do Rio (misto)	Surf / Skate	-	<i>Stand-up Paddle</i> , Parapente		-	Futevôlei	Frescobol

Fonte: Autores (2016)

Interpretamos esta difusão de esportes como algo positivo, tanto como divulgação do evento olímpico, quanto uma ideia de promoção da saúde pública e também uma representação da cidade como um espaço que convida a esportes devido aos espaços públicos que oferece. Essa estratégia em relacionar a cidade do Rio de Janeiro como um

¹⁹ Reportagem do G1: Principais legados dos Jogos 2016 para a cidade do Rio. Disponível em: <http://especiais.g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas-rio-2016/principais-legados-dos-jogos-2016-para-a-cidade-do-rio/>. Acesso em 12 de julho de 2016.

²⁰ Reportagem do The Guardian (UK): *100 days until Rio 2016: 'It will be a great party, with a garbage legacy*. Disponível em: <https://www.theguardian.com/sport/2016/apr/27/rio-2016-olympic-games-100-days-to-go-brazil-controversy-legacy>. Acesso em 12 de julho de 2016.

local propício para a atividade física onde a população utiliza os espaços abertos, já foi utilizada nos vídeos promocionais, como o *Unity* feito pela O2 Filmes, que foi utilizado na disputa para a escolha da cidade sede dos Jogos Olímpicos de 2016, na Dinamarca.

No entanto, no ano de 2015, o Ministério do Esporte apresentou o Diesporte – Diagnóstico Nacional do Esporte, nesse relatório consta que 45,9% da população brasileira ainda é sedentária, o que representa 67 milhões de pessoas em todo o país, sendo que o índice de sedentarismo entre as mulheres é maior do que o dos homens, com 50,4% contra 41,2%²¹. De acordo com o documento, um dos legados que se espera dos Jogos Olímpicos Rio2016 é incluir o esporte e a atividade física no cotidiano da população, a partir de uma Rede Nacional de Treinamento. Entre diversos resultados apresentados na pesquisa, um dado que reforça a identidade brasileira é confirmado, o futebol ainda é o esporte favorito dos brasileiros, sendo praticado por 76,6% das pessoas que fazem atividade física.

Na animação os esportes representados não têm o compromisso com uma informação precisa e detalhada sobre suas regras e práticas, estando elencados segundo o roteiro que é pautado pelas situações cômicas com Tom e Vinicius. Como convenção geral de representação, quando os personagens desejam identificar algum esporte eles adotam uma postura amplamente conhecida deste esporte e/ou um de seus instrumentos: o disco do discóbolo, arco, raquetes, florete, etc. As menções a cada esporte são fragmentadas e podem durar apenas poucos segundos, alternando-se rapidamente buscando a comédia.

Há uma relevante atenção dos realizadores em representar esportes olímpicos e paralímpicos, dividindo as ações entre Vinicius e Tom, respectivamente. No episódio nº5, por exemplo, Tom aparece de cadeira de rodas, máscara de tela e florete para resgatar uma das Irmãs Cariocas das ondas que ameaçam derrubar o castelo de areia onde estão, uma menção ao esporte paralímpico de esgrima em cadeira de rodas. No episódio nº6 Tom rebate a batata com um movimento de voleibol enquanto sentado, a chuta com os olhos vendados e faz um arremesso semelhante ao basquete novamente na cadeira de rodas, o que é ilustrado na figura nº4.

²¹ Informação disponível em: <http://www.esporte.gov.br/index.php/noticias/24-lista-noticias/51170-pesquisa-aponta-que-49-5-dos-brasileiros-nao-praticam-esporte-ou-atividade-fisica%3E>. Acesso em 12 de julho de 2016.

Figura nº 4: Locais das competições Rio2016



Fonte: : Episódios *Vinicius e Tom – Divertidos por natureza* (2015)

Mesmo não tendo, até agora, episódios que representem os esportes paraolímpicos especificamente, nota-se que a série tenta colocar os personagens em situações narrativas que mostram principalmente a vivência deles em cenários tipicamente brasileiros e em situações onde a alegria, a beleza e a cordialidade são o fio condutor da narrativa.

Considerações finais

Quando da redação deste artigo, ainda há mais de duas dezenas de episódios a serem exibidos, logo qualquer interpretação feita aqui tem o caráter provisório. Mesmo assim, a manutenção de estruturas transversais, como a mistura entre esportes (olímpicos, paralímpicos e populares), os espaços (infraestrutura esportiva e turismo) e os aspectos da cultura brasileira e a sociabilidade, são elementos, cenários e temas que possivelmente podem vir a ser mantidos nos episódios que ainda não foram divulgados. É possível fazer elogios, críticas e comentários a esta série: elogios ao desenho dos protagonistas e à lúdica abordagem sobre os esportes bem como à aproximação de uma representação da cidade dentro de um contexto de fantasia como o desenho animado.

Por fim, ao entendermos a identidade e a cultura brasileira representada pela figura dos mascotes nesses episódios das animações analisadas, encontram-se discursos que buscam reforçar referências que já são conhecidas pelo estrangeiros sobre as identidades brasileiras. Por outro lado, as estratégias comunicacionais como a criação de personagens fictícios, que mesclam as características culturais brasileiras, podem vir a ser compreendidas como ações que buscam destacar a união entre diferentes povos e o respeito à diversidade, sem deixar de lado as identidades formadoras. Em tempos de diversos

desafios políticos para país como o *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, iniciado em 2016, a presença de ameaças à saúde como o Zika Vírus, e o atraso nas obras para os Jogos Olímpicos, ou medos de terrorismo é percebido que o discurso oficial apresentado nas situações narradas pelos mascotes buscam trazer esperança- sentimento que marcou durante tanto tempo a cultura brasileira, mas que talvez esteja se perdendo, ou quem sabe, em um país acostumado a driblar as dificuldades com alegria e cordialidade, as Olimpíadas de 2016 ainda possam vir a ser um sucesso perante aos olhos nativos e estrangeiros.

Referências

AMÂNCIO, Antônio. **O Brasil dos Gringos**: imagens no cinema. Niterói: Intertexto, 2000, 214 p.

CASTELLS, M. **O poder da Identidade**. (A era da Informação: economia, sociedade e cultura, v2). São Paulo: ed. Paz e Terra, 1996.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1989.

ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. São Paulo, Brasiliense, 1994

SILVA, Tomaz Tadeu. **A produção social da identidade e da diferença**. IN: SILVA, Tomaz Tadeu da. (org.) *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, ed. Vozes, 2009 (p. 73 – 92).

SITE oficial dos Jogos Olímpicos Rio 2016 e dos Jogos Paralímpicos. Disponível em: www.rio2016.com. Acesso em: 23 set. 2015.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. RJ: Vozes, 1995.

FILMES CITADOS

RIO (Rio). Direção: Carlos Saldanha. Produção: Bruce Anderson e Chris Jenkins. Roteiro: Don Rhymer. Elenco original: Anne Hathaway, George Lopez, Jamie Foxx, Jesse Eisenberg, Tracy Morgan e Will.i.am. EUA: Blue Sky Studios, 2011. Duração: 96 min.

ALÔ, AMIGOS (Saludos amigos). Direção: Hamilton Luske, Jack Kinney, Norman Ferguson, Wilfred Jackson e William Roberts. Produção: Walt Disney. Roteiro: Harold Reeves, Homer Brightan, Joseph Grant, Ralph Wright, Richard Huemer, Roy Williams, Ted Sears, Webb Smith e William Cottrell. Elenco original: Clarence Nash, Frank Graham, Frank Thomas, José Oliviera, Lee Blair, Mary Blair, Norman Ferguson, Pinto Colvig e Walt Disney. EUA: Walt Disney.