

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade

Com origem na palavra «mascoto», do dialeto provençal, falado no Sul de França, o termo «mascote» trouxe da origem, por via do francês «mascotte», o significado de «amuleto», «talismã». Remetendo, assim, para o domínio da superstição, a mascote é um animal, uma pessoa ou um objeto que se considera capaz de proporcionar sorte. Com a utilização que lhe foi dada ao longo do tempo, o conceito de «mascote» evoluiu desse sentido original para as funções de identidade, comunicação e mercadoria que atualmente encerra.

Assumindo formas que frequentemente revelam traços antropomórficos, as mascotes não surgem, no geral, como logótipo de uma entidade (empresa, instituição, marca ou acontecimento), mas não raras vezes acabam por substituir-se a representações gráficas preexistentes, sobretudo nos casos em que tenha sido criada forte empatia entre a mascote e o público.

Foi no domínio do desporto que começou a vulgarizar-se o uso de animais como mascotes representativas de grupos (equipas desportivas), primeiro pelo recurso a animais vivos com potencial intimidatório (para condicionar os adversários), depois através de desenhos e finalmente por bonecos tridimensionais ou pessoas envergando disfarces de animais.

Só em meados da segunda metade do século XX, os Jogos Olímpicos aderiram à moda das mascotes, de início de maneira informal, mas a partir de 1972 já com a previsão indireta de tais figuras na Carta Olímpica. No que poderia considerar-se uma antestreia das mascotes olímpicas, é conhecido o caso de «Smoky», o cão preto da raça Scottish Terrier que circulava para Aldeia Olímpica dos Jogos de Los Angeles de 1932, com uma capa em que tinham sido impressos os anéis olímpicos e a inscrição «MASCOT». Sendo possivelmente um cão vadio, «Smoky» acabou adotado por alguns atletas como mascote da aldeia, mas não terá adquirido qualquer reconhecimento oficial.

Com evidentes variações no design que apresentam, as mascotes olímpicas revelam, no entanto, uma lógica comum: todas corporizam elementos culturais distintivos das cidades ou dos países que acolhem os Jogos a que dizem respeito. Seja por via da fauna, da flora, das artes ou da tradição, as mascotes estabelecem uma relação entre o desporto e a cultura, dois dos pilares do olimpismo moderno.

Originalmente criados como meros símbolos dos Jogos Olímpicos, as mascotes rapidamente se transformaram em instrumento usado pelos comités organizadores para financiamento do grande festival olímpico. Instituídos dessa forma como fonte de receita, as mascotes olímpicas viram proliferar as formas da sua apresentação comercial, surgindo estampadas em peças de roupa, impressas em canecas e bases de copos, gravadas em alfinetes de lapela e medalhas comemorativas, adaptadas a porta-chaves, multiplicadas em bonecos de pelúcia ou reproduzidas noutros suportes fabricados em série, isoladas ou em associação a referências iconográficas de patrocinadores oficiais do Movimento Olímpico.

Ao mesmo tempo que a circulação comercial das mascotes chega a qualquer parte do mundo, com elas segue também uma representação cultural e histórica que não deixam de conter e que permanece como razão original da sua existência. No entanto, no conjunto da simbologia olímpica oficial – onde se incluem também os anéis olímpicos, o emblema específico de cada edição dos Jogos, a bandeira, o hino e a chama –, as mascotes têm escassas referências na documentação oficial (relatórios, programas, manuais, guias), o que paradoxalmente não invalida uma forte promoção e uma presença constante das mascotes antes e durante cada edição dos Jogos Olímpicos, nas formas acima mencionadas.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



SCHUSS

GRENOBLE-1968
O PAI ADOTIVO DAS MASCOTES
OLÍMPICAS

Os X Jogos Olímpicos de Inverno, levados a efeito na cidade francesa de Grenoble em 1968, foram os primeiros a conhecer a produção de um objeto que assumisse a função de mascote. A figura representava um esquiador e recebeu o nome "Schuss", palavra onomatopáica cuja sonoridade remete para o som produzido pelos esquis usados em deslocação veloz sobre a neve. Contrariamente à tradição já vulgarizada noutros domínios desportivos, "Schuss" não era um ente vivo e único, mas sim um objeto inerte produzido em série pela indústria dos plásticos moldados. O mesmo é dizer que as mascotes olímpicas nasciam sem a vocação metafísica de entidade propiciadora de bons auspícios, adquirindo, sim, uma função identitária, através da qual se estabelecia uma relação direta entre o objeto (mascote) e o acontecimento (Jogos Olímpicos). Apresentado originalmente na forma de pequeno brinquedo de poliuretano, "Schuss" era a estilização da figura humana

do esquiador, com fato e esquis azuis e cabeça a vermelho e branco desproporcionadamente grande em relação ao resto da peça. "Schuss" não teve apresentação prévia à celebração dos Jogos de Grenoble. Tão pouco foi oficialmente reconhecido como mascote, fosse pelo comité organizador dos Jogos de Grenoble fosse pelo Comité Olímpico Internacional. De resto, os cinco anéis desenhados a branco no cimo da cabeça desta figura antropomórfica não correspondem à configuração canónica do símbolo olímpico, dado nem sequer se apresentarem interligados. No entanto, mesmo não apontando a qualquer relação cultural ou histórica com a cidade de Grenoble ou com França, "Schuss" foi declinado em alfinete de lapela, óculos, porta chaves e outros produtos comerciais, estabelecendo por essa via uma relação com o público que levou a constituir-se de facto como mascote oficiosa dos Jogos, quanto mais não fosse pelo valor de identidade que conquistou.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



WALDI

MUNIQUE-1972
UMA MASCOTE PARA A HISTÓRIA

Em 1972, os Jogos Olímpicos regressaram à Alemanha após os mal-afamados Jogos de Berlim de 1936, na vigência do regime nazi. Em Munique, os Jogos da XX Olimpíada seriam marcantes em diversos aspetos, entre eles o design, domínio em que ganhou relevo a escolha de um cão da raça Teckel (ou Dachshund) para servir de mascote dos Jogos, a primeira com reconhecimento oficial. Identificada como «Waldi», a mascote de Munique ficou conhecida tanto pelos bonecos de pano com que foi reproduzido em larga escala como pelo perfil geométrico através do qual os designers do gabinete do designer alemão Otl Aicher lhe traçaram as formas. Com os logótipos, os pictogramas e os padrões dos Jogos da XX Olimpíada, «Waldi» ficou a integrar o conjunto de elementos gráficos que permanecem como importante contributo dos Jogos da Baviera para a imagem olímpica universal. Raça de origem alemã, a Teckel garante a associação imediata ao imaginário da

Alemanha, sendo conhecida como linhagem de cães de caça da Baviera. Na representação do gabinete de Otl Aicher, «Waldi» surge listado verticalmente com cores pastel, numa alusão à conceção dos Jogos de Munique como Jogos do Arco Íris – ou Jogos para todo o mundo, com as cores da mascote a representarem as bandeiras nacionais, os diferentes desportos ou os uniformes do pessoal em serviço nos Jogos. Com sucesso público registado desde cedo, «Waldi» foi amplamente utilizado na publicitação prévia dos Jogos de Verão de 1972. A sua silhueta foi igualmente adotada para o perfil do percurso da maratona, corrida pelos atletas «à volta do cão» em sentido contrário ao dos ponteiros do relógio. «Waldi» foi reproduzido exaustivamente em grande variedade de produtos comerciais, com destaque para os dois milhões de bonecos de tecido, tudo ficando para demonstrar o potencial das mascotes como fonte de financiamento dos comités organizadores dos Jogos Olímpicos.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



SCHNEEMANN

INNSBRÜCK-1976
O BONECO DE NEVE TIROLÊS

Chamou-se «Schneemann» («homem de neve», em alemão) a primeira mascote oficial dos Jogos Olímpicos de Inverno. Tratava-se da representação de um boneco de neve ostentando nariz em forma de cenoura e chapéu tirolês vermelho, evocativo do estado federado austríaco (Tirol) onde se situava a cidade-sede dos 12.ºs Jogos Olímpicos de Inverno, Innsbrück, que já recebera a edição de 1964.

Com um nome por vezes considerado pouco imaginativo, o boneco criado por Walter Pötsch pretendia simbolizar a ideia de uns Jogos da Simplicidade, que o comité organizador apresentava como referência orientadora. «Schneemann» caracterizava-se por mãos e pés muito grossos, braços e pernas de pequena dimensão e ligados à cabeça, não existindo tronco. Na verdade, mais do que o tradicional «homem de neve», o que «Schneemann» representava era uma bola de neve antropomórfica. A constituição do boneco revelava-se

grosseira, não gerando grande popularidade na época. Só com o passar do tempo, esta mascote começou a suscitar interesse mais alargado, sobretudo entre os colecionadores de recordações olímpicas, acabando por obter considerável sucesso comercial. «Schneemann» foi comercializado sobretudo como boneco de pelúcia ou de poliuretano, mas também em camisolas, alfinetes de lapela, brinquedos variados, autocolantes, óculos, porta-chaves e almofadas. Em alguns casos surgia com botas e esquis ou empunhando bastões de esqui, sendo a primeira vez que uma mascote olímpica era representada em declinações de ação, procedimento que no futuro iria revelar grande vitalidade.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



AMIK

MONTRÉAL-1976
UM ROEDOR COM TRAÇO REALISTA

Quando os Jogos Olímpicos foram acolhidos pela primeira vez no Canadá, o comité organizador dos Jogos de Montréal elegeu o castor como mascote da celebração. A escolha tinha fundamento na relação que durante séculos se estabeleceu entre aquele roedor e o desenvolvimento do país. O castor foi a base da economia e do crescimento demográfico do Canadá desde a época da colonização europeia, através do comércio de peles. O reconhecimento da sua importância foi traduzido na inserção da figura do castor em brasões de cidades, entre as quais a própria Montréal e Kingston, onde tiveram lugar as competições olímpicas de vela. Mas também na numismática (numa das faces da moeda de cinco cêntimos) e na filatelia (vários selos de correio). O castor foi oficialmente reconhecido como animal nacional do Canadá em 1975, o ano anterior aos Jogos da XXI Olimpíada.

Na sequência de concurso nacional, a mascote dos Jogos de Montréal ficou designada pelo nome «Amik», o termo que

significa «castor» numa das línguas dos povos nativos da América do Norte. Na conceção do gabinete gráfico de George Huel, «Amik» apresenta-se como silhueta a preto, com faixa vermelha onde se representa o logótipo dos Jogos. Numa versão alternativa, a faixa surge composta apenas em tiras de várias cores. «Amik» foi a primeira mascote a representar não apenas a história local e nacional mas também os Jogos Olímpicos, através dessa faixa. Mas foi também a última a não revelar traços antropomórficos nem elaborações ao estilo dos desenhos animados. Essa foi a base do critério do desenhador, que pretendeu um símbolo simples e de fácil apreensão.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



RONI

LAKE PLACID - 1980
UMA MASCOTE DESPORTISTA

Foi como «Roni» que a mascote dos Jogos Olímpicos de Inverno de 1980, em Lake Placid (EUA), ficou conhecida. Tratava-se da representação de um guaxinim, mamífero noturno com habitat entre o Canadá e o Panamá, com as características manchas negras sob os olhos que lhe dão aspeto de mascarado. O nome resultou de uma escolha feita por crianças das escolas de Lake Placid. No entanto, «Roni» foi uma solução de recurso para a existência de uma mascote associada aos 13.ºs Jogos Olímpicos de Inverno, dado que, de início, a organização dos Jogos de Lake Placid tinha escolhido uma mascote viva, um guaxinim verdadeiro. Tratava-se de «Rocky», mas o animal viria a morrer um ano antes dos Jogos e a originalidade perdeu-se. O comité organizador convidou então o designer Donald Moss a conceber como alternativa um boneco de enchimento que mantivesse a configuração do guaxinim. Nasceu assim «Roni», que acabou por concretizar as pretensões de originalidade

da organização dos Jogos, ao ser a primeira mascote concebida em pose de competição desportiva. Mesmo não tendo a popularidade de outras mascotes olímpicas, «Roni» acabou por conhecer uma série de variações, com adaptação a diferentes modalidades desportivas. Tal facto foi favorecido pela característica «máscara», que ajudou a definir-lhe a forma de um atleta com óculos e gorro, aspeto comum aos praticantes de vários desportos de Inverno. A série de variações deu origem a numerosas coleções, comercializadas em calendários, carteiras de fósforos e outros suportes.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



MISHA

MOSCOVO-1980
A MASCOTE QUE FOI AO ESPAÇO

Os Jogos da XXII Olimpíada, em Moscovo, capital da União Soviética, foram os primeiros a ter não uma, mas duas mascotes. A mais conhecida chamava-se «Misha» e representava um urso, o animal nacional da Rússia; uma segunda mascote representava uma foca, tinha o nome de «Vigri» e foi utilizada na Estónia, cuja capital, Tallinn, acolheu as competições de vela, realizadas no Mar Báltico. No entanto, foi para «Misha» quase toda a fama concedida pelos Jogos de Moscovo às suas mascotes. O urso foi escolhido como animal dos Jogos numa votação popular lançada pela revista «Sovietski Sport». Por sua vez, o ilustrador de livros para crianças Viktor Chizhikov ganhou o concurso de desenho da mascote, criando um boneco que, ao contrário das mascotes dos anteriores Jogos de Verão, não era inexpressivo, mostrando um sorriso que cativou o mundo. «Misha», diminutivo de Mikhail, era a forma abreviada de um nome mais extenso, encontrando-se aí outra novidade surgida com esta mascote, realmente chamada «Mikhail Potapych Toptygin» – poderia ser o nome de um humano.

O urso «Misha» funcionou como imagem de marca da organização dos Jogos de Moscovo, surgindo em iniciativas públicas mesmo antes da abertura oficial. Num dos quadros da cerimónia de abertura, dezenas de voluntários vestidos de «Misha» surgiam dançando no relvado. No encerramento, um «Misha» cheio de ar, com seis metros de altura, entrou no estádio pela mão de 18 guias, «acenou» ao público e elevou-se nos céus puxado por dezenas de balões de hélio, pouco depois de, nas bancadas, o mosaico de cartões ter revelado uma animação em que «Misha» vertia uma lágrima de despedida. «Misha» foi a primeira mascote olímpica com grande sucesso comercial, surgindo declinado para todas as modalidades do programa, representado em crachás, selos, bonecos de porcelana ou de pelúcia, cartazes. Protagonizou espetáculos de circo e séries de animação. Foi o primeiro símbolo olímpico a viajar pelo espaço, a bordo na nave «Soyuz», com destino à estação espacial «Salyut 6».

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



VUČKO

SARAJEVO-1984
O LOBINHO SIMPÁTICO

A cultura popular dos países eslavos tem no lobo uma figura omnipresente, assumindo nas fábulas tradicionais um papel que inspira medo. Personagem assustadora inscrita na tradição e na poesia épica da região, o lobo é igualmente um animal comum nos campos e nas serras, receado pelo perigo que representa para os humanos. Mas, à parte todo o respeito e o temor que impõe, o lobo é assumido como marca identitária dos povos eslavos, maioritários na Jugoslávia dos anos 80 do século XX.

Não é de estranhar, por isso, que os leitores dos três maiores jornais do país tenham escolhido esse animal para mascote oficial dos Jogos Olímpicos de Inverno de 1984, na cidade de Sarajevo, capital da Bósnia, uma das seis repúblicas federadas na Jugoslávia. Três quartos dos votantes preferiram o lobo às cinco alternativas propostas: a cabra-montesa, o esquilo, o cordeiro, o porco-espinho e a bola de neve.

Coube ao ilustrador esloveno Jože Trobec criar o desenho da proposta vencedora, concebendo um lobo de traços alegres e conferindo-lhe contornos de personagem amistosa, divertida e brincalhona. «Vučko» (significando «lobinho» em servo-croata) foi o nome dado à mascote de Sarajevo, que ficou como testemunho do desejo de convívio harmonioso dos homens com os animais, numa expressão de respeito global pelo ambiente. A fama de «Vučko» foi muito expressiva na região envolvente de Sarajevo, tendo permitido que a imagem do lobo como animal que os pais invocavam para assustar as crianças passasse a ser a do «animal» que as mesmas crianças todos os dias abraçavam ao adormecer. No entanto, fora da antiga Jugoslávia, a mascote de Sarajevo é das menos conhecidas entre todos os símbolos congéneres.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



SAM

LOS ANGELES-1984
A ÁGUIA QUE NÃO PODIA SER URSO

Quando a cidade californiana de Los Angeles recebeu a organização dos Jogos Olímpicos de Verão de 1984, a primeira ideia do comité organizador para a mascote foi a de usar o animal que representa a Califórnia, o urso-pardo. Mas logo a intenção foi posta de lado, para evitar sobreposições com a mascote dos Jogos anteriores, «Misha», o urso-mascote de Moscovo-1980. Na cidade do cinema, logo surgiu a solução: haveria que pedir aos estúdios Walt Disney a criação de um desenho que pudesse cumprir a função de mascote. Foi então pedida a um dos desenhadores de maior renome da empresa, Bob Moore, uma proposta que se baseasse no símbolo nacional dos Estados Unidos: a águia-careca. O resultado foi «Sam, a Águia Olímpica», que adaptava a imagem da ave de rapina para uma aparência alegre e amigável. «Sam» surgia com as grandes asas substituídas por braços, mãos e dedos, usando um laço às riscas e uma cartola com as cores da bandeira dos

EUA, a que se juntou os anéis olímpicos. Era a imagem de um fanfarrão em pose de Tio Sam, personificação do Governo nacional dos Estados Unidos da América. A imagem de «Sam» foi objeto de comentários divergentes, que assinalavam a quase transformação da poderosa águia numa galinha de nariz empolado e lamentavam que o nome e o vestuário fossem uma expressão desadequada de um nacionalismo que se pretendia arredado do ambiente olímpico. No entanto, «Sam» cumpriu a função de representação cultural dos EUA, tendo sido largamente usado na promoção dos Jogos Olímpicos de Los Angeles. O sucesso de «Sam» foi considerável, aparecendo replicado em milhões de objetos promocionais e como protagonista de uma série de desenhos animados, onde usava o poder mágico dos anéis olímpicos para escapar de situações complicadas.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



HIDY & HOWDY

CALGARY-1988
DO RODEO PARA OS JOGOS OLÍMPICOS

A cidade canadiana de Calgary acolheu os primeiros Jogos Olímpicos cuja mascote foi dupla. Tratava-se dos irmãos «Hidy» e «Howdy», dois ursos polares com que o comité organizador destes Jogos de Inverno pretendeu evitar eventual acusação de discriminação caso optasse apenas por um símbolo masculino ou feminino. Os nomes foram escolhidos a partir das cerca de sete mil propostas apresentadas a um concurso desenvolvido com o apoio do Jardim Zoológico de Calgary. Apesar de «Hidy» e «Howdy» surgirem como representações de ursos polares, a primeira escolha dos organizadores tinha recaído em ursos-castanhos, mas, atendendo a que se tratava de Jogos Olímpicos de Inverno, a decisão foi reconsiderada, levando em conta o habitat dos ursos polares (a regiões geladas do norte), a sua cor e o facto de não hibernarem, sinónimo de atividade permanente, como se deseja numa celebração olímpica. Portanto, o urso

polar seria uma representação mais fiel da realidade canadiana da época dos Jogos do que a primeira hipótese.

Os termos usados para identificar as duas figuras associam-se também à forma popular de cumprimento entre os habitantes do Oeste canadiano, deturpando o vulgar «hello» do resto da América do Norte.

A autora do desenho das duas figuras, Sheila Scott, imaginou-as à semelhança dos «cowboys» daquela região, cujo património cultural está expresso nos adereços usados: chapéu, lenço e colete (ou vestido, no caso da figura feminina), comuns entre os participantes nos tradicionais «rodeos», com a insígnia dos Jogos bordada na roupa. «Hidy» e «Howdy» são, assim, exemplos de mascotes que associam o desporto olímpico e a tradição cultural da região onde têm lugar os Jogos que pretendem representar.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



HODORI & HOSUNI

SEUL-1988
UM TIGRE COM CHAPÉU DE DANÇA

Aparentemente, os Jogos Olímpicos de Verão realizados em Seul em 1988 estariam a dar continuidade ao que poderia começar a ser uma tradição iniciada nos Jogos de Inverno desse ano, em Calgary (Canadá), através da criação de uma mascote dupla, com variante masculina e feminina. Com efeito, o comité organizador dos Jogos escolheu os tigres «Hodori» (macho) e «Hosuni» (fêmea) para desempenharem o papel de símbolos dos Jogos. No entanto, «Hosuni» teve uma vitalidade limitada e, para surpresa dos mais atentos, «Hodori» cedeu sozinho no papel de mascote de Seul-1988.

A escolha do tigre para animal representativo dos Jogos da XXIV Olimpíada foi assumida pelo comité organizador após um concurso nacional que levou a uma primeira seleção de quatro propostas finalistas: coelho, esquilo, pato-mandarim e tigre. A opção incidiu, assim, num animal com forte presença na cultura popular coreana e nos

mitos fundadores da nacionalidade, o tigre-da-sibéria. O nome «Hodori» significa na língua coreana «tigre macho jovem».

Vencendo outro concurso nacional, o designer Kim Hyun traçou a figura da mascote representando-a com uma fita pendendo do pescoço com os anéis olímpicos e envergando um chapéu da dança Sangmo, do qual sai uma vara presa a um ponto giratório e com uma fita na extremidade livre. Nas representações estáticas, esta fita configura-se como uma letra «S», de Seul.

Apresentado como guardião sagrado que consegue dar sorte e afastar os maus espíritos sem recurso à força, o tigre, na forma de mascote olímpica, foi caracterizado oficialmente como representação do vigor do povo coreano, mas a visão popular assumiu «Hodori» como símbolo da hospitalidade das gentes da Coreia.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



MAGIQUE

ALBERTVILLE-1992
UM DIABINHO INVULGAR

Chamou-se «Magique» a mascote definitiva dos Jogos Olímpicos de Inverno de Albertville, realizados em 1992 nessa cidade dos Alpes franceses. Num primeiro momento, o comité organizador tinha escolhido a figura de uma cabra-montesa, comum na região, e chegou a dar-lhe nome: «Chamois». Mas quando a figura se revelou impopular, foi decidido convidar o artista Philippe Mairesse para criar nova mascote, surgindo então a proposta de «Magique».

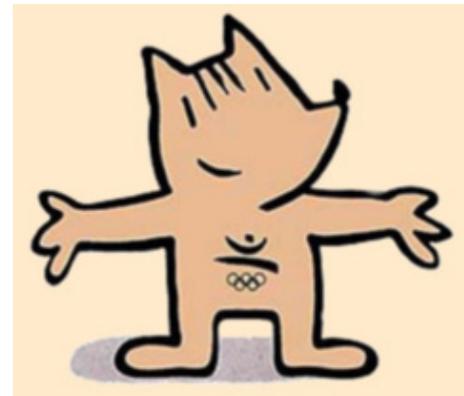
A nova solução dava ideia de um mafarrico em forma de estrela, coberto por gorro alto a lembrar um fez com borla pendente, sem pés, mãos ou nariz aparentes. O aspeto arredondado suscitou a crítica de ser uma figura obesa. O boneco surgia vestido de fato azul, com tiras das cores da bandeira francesa na posição da gola, anéis olímpicos bordados a branco na lapela, luvas e gorro vermelhos.

«Magique» parecia ignorar o princípio de não discriminação sexual que inspirara a dupla de mascotes dos Jogos de Inverno

anteriores, em Calgary (uma figura masculina e outra feminina) – tratava-se de uma estilização humana claramente masculina. Era também a primeira mascote não inspirada em animais. Apesar de aceite como solução para o problema causado pela escolha da «Chamois», a criação de Philippe Mairesse entrava em contraste com a visão técnica e comercial até então prevalecente na série de mascotes anteriores. A associação entre a forma de estrela apresentada por «Magique» e a ideia de sonho poderia sugerir uma representação dos anseios dos atletas olímpicos. Mas, mesmo com essa razão ideológica, nada evitou que esta fosse uma das mascotes mais controversas entre todas as que marcam meio século de símbolos olímpicos deste tipo.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



CoBi

BARCELONA-1992
UM CÃO EM ESTILO CUBISTA

Foi ao cão-de-montanha-dos-pirenéus que o artista espanhol Javier Mariscal foi buscar inspiração para a criação de «CoBi», a mascote dos Jogos Olímpicos de Barcelona, em 1992. A figura foi escolhida entre seis propostas apresentadas a concurso quatro anos antes dos Jogos e estiliza o animal em traço antropomórfico, com solução gráfica que remete para o cubismo, corrente estética que teve como um dos fundadores o artista espanhol Pablo Picasso.

O nome da mascote, simples e de fácil pronúncia em qualquer língua, é uma forma abreviada do nome do Comité Olímpico Organizador Barcelona'92 (COOB'92), mas representada graficamente com letra maiúscula no início de cada sílaba. A figura de «CoBi» revelou-se de início pouco cativante, mas acabou por granjear fama graças à utilização que dela foi feita na promoção dos Jogos de Barcelona.

Muita da popularidade de «CoBi» ficou a dever-se ao sucesso alcançado pelos livros para crianças inspirados na

personagem da mascote e por uma série de animação com 26 episódios, «The Cobi Troupe», emitida por estações de televisão de dezenas de países e na qual eram descritas aventuras de «CoBi» em Barcelona. A série de animação teve argumento da responsabilidade do coletivo El Tricicle, grupo barcelonês de teatro gestual conhecido internacionalmente.

Mantendo o sorriso e os três fios de cabelo que caracterizam a figura original em todas as versões, «CoBi» teve numerosas variações, com aplicações em cartazes, sinais de orientação, materiais promocionais e publicitários, entre muitas outras. A variedade de lembranças com a imagem de «CoBi» foi tão grande que deu origem a um conceito agregador: «Cobiana». A dimensão do sucesso comercial da mascote de Barcelona'92 reforçou em definitivo o papel destas criações como importante fonte de receitas para os comités organizadores de Jogos Olímpicos.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



HÅKON & KRISTIN

LILLEHAMMER - 1994
PRÍNCIPE E PRINCESA VERDADEIROS

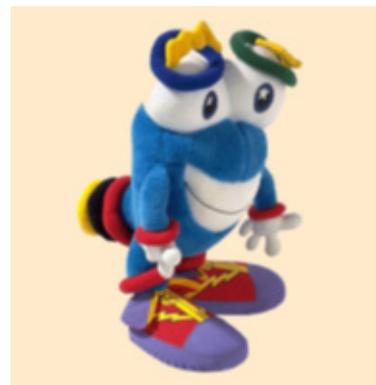
Ao fim de sete décadas em que os Jogos Olímpicos de Inverno e os de Verão tiveram lugar no mesmo ano, os Jogos de Lillehammer, na Noruega, em 1994, foram os primeiros a ter lugar em alternância bienal entre as duas séries olímpicas. E foram também os primeiros Jogos a apresentar mascotes de forma humana. Håkon e Kristin foram as figuras escolhidas, representadas como crianças de olhos azuis e cabelo louro e evocando figuras da história norueguesa do século XII. Uma primeira versão da mascote masculina tinha sido desenhada por Javier Ramírez, filho do arquiteto mexicano Pedro Ramírez Vázquez, que então presidia a Comissão de Cultura do Comité Olímpico Internacional. No entanto, alguns artistas noruegueses insurgiram-se contra a inautenticidade e os contornos disneyescos da imagem do mexicano, considerada também um envolvimento injustificado de um estrangeiro em assunto identitário norueguês.

Coube então a Kari Jacobsen e Werner Grossmann, autores e ilustradores de literatura para crianças, desenhar as figuras das duas mascotes em estilo legítimo, dando aos bonecos a aparência adequada às personagens medievais que representavam – um príncipe que se tornaria rei da Noruega e uma princesa, sua tia.

Håkon e Kristin tornaram-se, assim, as primeiras mascotes a representar não apenas figuras humanas mas sobretudo personagens históricas com verdadeira existência, ao mesmo tempo que, por essa via, também ficava assegurada forte ligação do povo norueguês às mascotes, por vínculos culturais e históricos.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



WHATIZIT

ATLANTA-1996
O QUE SERIA AQUILO?

Numa demonstração de que a criatividade não tem limites, a mascote dos Jogos Olímpicos de Atlanta, em 1996, não assumiu nenhuma das três formas habituais destes talismãs. Não foi nem animal, nem objeto, nem pessoa – tratou-se de uma figura indefinida, cujo nome original demonstrava essa realidade: «Whatizit» (a partir de «what is it?», significando «o que é isto?»). «Whatizit» teve a primeira aparição pública na cerimónia de encerramento dos Jogos de Barcelona, quatro anos antes. Resultava da criação do desenhador John Ryan e assemelhava-se a uma gota de tinta azul formando um tronco rematado em cauda e de onde saíam pernas e braços curtos, tendo ao cimo um par de olhos onde se destacavam pupilas em forma de estrela. À volta dos olhos, dos pulsos, dos tornozelos e da cauda surgiam argolas coloridas que evocavam os anéis olímpicos. O «Whatizit» original teve acolhimento frio, obrigando o comité organizador a

encomendar uma revisão do desenho, que ganhou então aparência mais atlética, com membros mais compridos, nariz, boca no lugar da tira branca que representava as duas fileiras de dentes, pupilas redondas e uma espécie de cobertura sobre os olhos. Também o nome foi simplificado, tomando a forma definitiva: «Izzy», uma das cinco opções dadas a um júri composto de 32 crianças com idades de 7 a 12 anos. Além de reproduzido em diversos materiais de promoção, com destaque para alfinetes de lapela e bonecos de pelúcia, «Izzy» foi protagonista de uma curta-metragem de animação e personagem central de um jogo eletrónico. Criação digital, a mascote de Atlanta teve um sucesso quase limitado ao público infantil, já familiarizado com uma animação de personagens abstratas. Os adultos não gostaram e o comité organizador teve na mascote um dos seus mais dolorosos insucessos.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



SUKKI, NOKKI, LEKKI & TSUKKI

NAGANO-1998
O SÚBITO CHAMAMENTO DAS CORUJAS

A praga das mascotes mal-sucedidas estendeu-se aos Jogos Olímpicos de Inverno de 1998, na cidade japonesa de Nagano. O comité organizador começou por aprovar uma primeira proposta, criada pelo desenhador Susumu Matsushita, que se inspirou num animal nativo dos Alpes Japoneses, a doninha-das-neves, para a qual foi adotado o nome «Snowple». Mas a escolha revelou-se impopular e logo a decisão foi revogada, sendo a doninha substituída por quatro crias de coruja, chamadas «Sukki», «Nokki», «Lekki» e «Tsukki». A partir das iniciais dos nomes individuais foi também criada a designação do conjunto: «Snowlets». Diferentes formulações do comité organizador pretenderam fundamentar a escolha da primeira mascote quádrupla, com desenho tão simplório. Assim, os «snowlets» seriam a encarnação da sabedoria da floresta, geralmente atribuída às corujas; seriam também uma representação das quatro estações do ano ou do ciclo quadrienal olímpico; ou, numa interpretação da língua inglesa, uma referência simultânea ao inverno («snow», neve) e à ideia do convite à participação

olímpica («let's», vamos); ou, ainda, uma alusão às quatro grandes ilhas do arquipélago japonês; ou, por fim, referência a quatro conceitos da filosofia japonesa e a quatro traços do caráter feminino, atendendo ao facto de os nomes das mascotes terem forma feminina na língua japonesa. Tal indefinição de sentido parece revelar arbitrariedade na atribuição forçada de significado a este quarteto de mascotes, que nos primeiros dois anos de existência também não gerou grande simpatia pública. No entanto, nos dias que precederam a abertura dos Jogos de Nagano e durante a própria celebração desportiva, a população japonesa pareceu subitamente tomada por frenesim expresso na corrida às lojas para compra dos quatro bonecos, assim transformados em repentina fonte de receita, em formas que iam desde tampões para as orelhas até aos preservativos distribuídos na aldeia olímpica, passando por produtos decorativos, lancheiras ou os já vulgares bonecos de pelúcia.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



SYD, OLLY & MILLIE

SYDNEY-2000
SYDNEY OLÍMPICA DO MILÉNIO

Quando a organização de uns Jogos Olímpicos procura uma simbologia nacional para as suas mascotes, pode parecer estranho que uns Jogos celebrados na Austrália procurem mascotes representativas dos animais nativos mas fugindo às opções mais evidentes do canguru ou do cuala. Mas foi isso que aconteceu com os Jogos de Sydney, em 2000.

Dando continuidade a uma prática iniciada nos Jogos de Inverno de Calgary, em 1988, os Jogos do Milénio (como ficaram conhecidos os Jogos Olímpicos de Sydney) apresentaram uma mascote múltipla, no caso com três elementos inspirados em animais: um ornitorrinco, uma kookaburra e uma equidna – animais claramente menos conhecidos que os acima referidos. A primeira escolha recaiu no ornitorrinco, cuja proposta levou o respetivo autor, o ilustrador Matthew Hatton, a ser selecionado para desenhar a kookaburra e a equidna, escolhidos posteriormente por serem símbolos do

estado australiano de Nova Gales do Sul, de que Sydney é a capital. Simbolizando a água, o ornitorrinco foi designado «Syd», por alusão ao nome da cidade anfitriã dos Jogos (Sydney); a kookaburra representava o ar, tendo recebido o nome de «Olly» (de Olímpico); a equidna figurava a terra e ficou designada «Millie» (de Milénio). As preocupações ecológicas foram um aspeto a que a organização dos Jogos de Sydney deu importância, não se estranhando por isso que, num segundo nível de significação, as três mascotes representassem também a generosidade universal, o ambiente, a energia do povo australiano e o mundo tecnológico. Assim se aliou a componente desportiva dos Jogos Olímpicos ao mais recente pilar do movimento olímpico, o ambiente, num procedimento que ajudou a conquistar a simpatia pública nacional e internacional para mais uma celebração olímpica.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



COPPER, COAL & POWDER

SALT LAKE CITY-2002
TRÊS MASCOTES, MUITOS SIGNIFICADOS

Seguindo o modelo da mascote triplíce inspirada no mundo zoológico, o comité organizador dos Jogos Olímpicos de Inverno de 2002, celebrados em Salt Lake City (EUA), escolheu para o efeito três animais que assumiram várias tríades significativas, numa evidente expressão histórica e cultural.

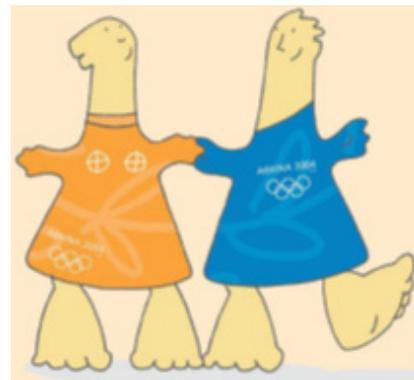
Animais nativos da América do Norte, o coioite, o urso-negro e a lebre-americana foram os selecionados, garantindo uma representação arreigada na tradição cultural do continente como poucos outros teriam conseguido.

Simbolizando os três recursos naturais mais importantes para a economia do Utá (estado de que Salt Lake City é a capital), o coioite recebeu o nome «Copper» (cobre), o urso-negro foi chamado «Coal» (de «bituminous coal», ou hulha) e a lebre-americana ficou designada «Powder» (pó da neve). Nos dois primeiros casos, a referência é a indústria mineira; a última menção aponta para o turismo. Na representação gráfica, cada uma das

mascotes usa ao pescoço um amuleto revelando os feitos reconhecidos pela cultura dos povos norte-americanos. Além disso, cada um dos elementos evoca também um termo do lema olímpico «Citius, Altius, Fortius» (mais rápido, mais alto, mais forte), conforme mais adequado. Assim, a lebre-americana corre «citius»; o coioite chega «altius»; o urso-negro cumpre «fortius». Por determinação do comité organizador, a referência textual ou gráfica às três mascotes deveria obedecer sempre a esta ordem: lebre, coioite e urso. Sendo certo que as mascotes de Salt Lake City têm desenho de traço vulgar, não é menos verdade que a capacidade de representação é das mais ricas de toda a história das mascotes olímpicas, sendo por isso um marco neste domínio.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



FEBO & ATENA

ATENAS-2004
DE VENERAÇÃO ANTIGA
A IDENTIDADE MODERNA

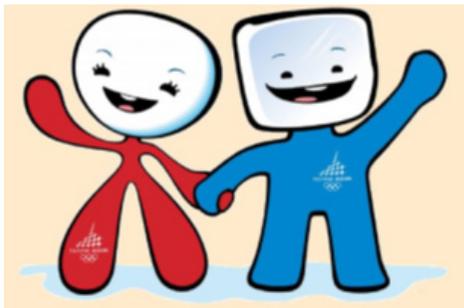
Ao celebrar de novo os Jogos Olímpicos numa cidade do país que viu nascer essa tradição quase três milénios antes, o comité organizador dos Jogos de Atenas de 2004 estabeleceu a ligação entre o desporto e a cultura como referência ideológica no regresso às origens. Foi sobre essa premissa que a primeira ideia para a criação de uma mascote para os Jogos da XXVII Olimpíada moderna apontava para uma figura emblemática da Atenas da antiguidade: a coruja. No entanto, o comité desconfiou que tal solução teria pouco sucesso comercial e lançou um concurso internacional que permitisse criar um objeto capaz de ajudar a financiar uns Jogos num país com recursos limitados.

A melhor das 196 propostas chegadas de todo o mundo foi apresentada por Spyros Gogos, que avançou um par de figuras inspiradas em bonecos de terracota venerados na antiguidade. Tratava-se de Febo e Atena, deuses do Olimpo agora apresentados como irmãos,

representando os valores olímpicos de participação, fraternidade, igualdade, cooperação e «fair-play» e instituindo-se como símbolo da ligação entre a Grécia antiga e os Jogos Olímpicos modernos. Febo surge envergando túnica azul a evocar o mar, enquanto Atena usa túnica cor de laranja, alusiva ao sol. Ambos ostentam na veste o símbolo dos Jogos Olímpicos de Atenas. As duas figuras apresentam um design de aparência tosca, com corpo em forma triangular, pescoços longos e pés de aleijão, à semelhança das figuras descobertas em escavações arqueológicas. As mascotes de Atenas-2004 cumpriram a função de ligação entre as duas eras que o olimpismo conheceu historicamente. Mas tal não impediu que classicistas e antropólogos criticassem a associação de antigos objetos de culto religioso a brinquedos modernos, numa atitude que classificaram como blasfémia e violadora dos valores espirituais da civilização helénica.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



NEVE & GLIZ

TURIM-2006
NEVE E GELO PORTUGUESES PARA
O INVERNO DOS ALPES

Para os Jogos Olímpicos de Inverno de Turim-2006, as mascotes adotadas foram «Neve» e «Gliz». Trata-se de nomes italianos que significam «neve» e «gelo» («Gliz» é a forma abreviada de «ghiaccio» – gelo), elementos essenciais aos desportos de Inverno.

Assumindo a figuração humana, «Neve» é representada por uma bola de neve vestida de vermelho e «Gliz» reproduz um cubo de gelo vestido de azul. Ambos ostentam o logótipo dos Jogos Olímpicos de Inverno de Turim.

Os dois desenhos foram apresentados pela equipa da empresa Albuquerque. Designing Business, o gabinete do designer português Pedro Albuquerque, cuja proposta foi escolhida entre os cinco finalistas selecionados de entre 237 candidaturas iniciais.

«Neve» e «Gliz» pretendem representar os valores de participação, respeito, amizade e lealdade, revelando o espírito e as características atribuídos ao acontecimento olímpico italiano: paixão,

entusiasmo, cultura, bom gosto, preocupações ambientais e desporto competitivo.

A partir do desenho de Pedro Albuquerque foi criada uma série de 52 filmes de animação com duração de um minuto cada, emitida em dois canais italianos de televisão nos cinco meses que precederam a realização dos Jogos.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



BEIBEI, JINGJING, WANWAN, YINGYING & NINI

BEIJING-2008
OS CINCO FUWÁ

Para os Jogos Olímpicos de Pequim-2008 foi criado um conjunto de cinco figuras que serviram de mascotes. Tinham o nome genérico de «Fuwá» (Crianças da Boa Sorte) e apresentavam dois níveis de significação.

Por um lado, os «Fuwá» representavam quatro animais e um elemento de forte presença na cultura chinesa: o peixe (feminino, azul, Europa), o panda (masculino, preto, África), o fogo (masculino, vermelho, América), o antílope-tibetano (masculino, amarelo, Ásia) e a andorinha (feminino, verde, Oceânia).

Por outro lado, os nomes das cinco figuras apresentados pela ordem indicada ao cimo completam uma mensagem de boas-vindas. Da mesma maneira que em línguas como o português a forma carinhosa dos nomes se constrói acrescentando uma terminação ao nome original (por exemplo, usando inho ou inha para formar Antoninho ou Teresinha), no mandarim e noutras línguas da China o

mesmo efeito é obtido por um processo de duplicação (por exemplo, para o nome Bei, a forma carinhosa é Beibei). Assim, as cinco mascotes dos Jogos Olímpicos de Pequim-2008 receberam os nomes de «Beibei», «Jingjing», «Wanwan», «Yingying» e «Nini». Desmontadas as duplicações e ditos os nomes em sequência, surge a frase Bei Jing Wan Ying Ni, que em mandarim significa Pequim dá-lhe as boas-vindas. Ou, numa tradução mais livre mas igualmente válida, Bem-vindos a Pequim!

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



QUATCHI, MIGA & MUKMUK

VANCOUVER-2010
O ABOMINÁVEL, A ASSASSINA E O COMILÃO

Conhecido o orgulho dos canadianos nas primeiras nações do continente, não se estranha que o comité organizador dos Jogos de Inverno Vancouver-2010 tenha representado o evento por símbolos inspirados nas culturas aborígenes. Foi esse o critério para escolha das mascotes destes Jogos, num concurso internacional com 177 propostas. O trabalho vencedor, dos designers Michael Murphy e Vicky Wong, avançava a criação de duas personagens da tradição da Colúmbia Britânica (província que integra Vancouver): «Quatchi» e «Miga», nomes em que ecoam as línguas nativas. «Quatchi» era uma figura lendária semi-humana que vivia nas florestas, equivalente ao Abominável Homem das Neves, e apresentava pêlo denso, botas e modernas esponjas para as orelhas; «Miga» seria um urso-do-mar, misto fantástico de dois animais verdadeiros, a orca e o urso-de-kermode, subespécie do urso-negro, indígena da Colúmbia Britânica e conhecida pelos exemplares

com pêlo claro. Definidos por traços físicos antropomórficos, as duas personagens eram caracterizadas também por perfis comportamentais humanizados. «Quatchi» gostava de viajar e sonhava vir a ser guarda-redes de hóquei no gelo; «Miga» era adepta de desportos de prancha – snowboard e surf. Mas seria uma terceira personagem a impor-se socialmente, perante o fracasso das duas mascotes oficiais dos Jogos. Chamava-se «Mukmuk» e figurava a marmota-de-vancouver, espécie à beira da extinção, com habitat nas montanhas da Ilha de Vancouver. «Mukmuk» caracterizava-se pelo hábito de comer (o nome significa «comida» numa língua nativa) e pelo incentivo aos atletas. Os Jogos Olímpicos de Vancouver conheceram, portanto, duas mascotes oficiais e uma oficiosa que transmitiam sensibilidade pela cultura dos povos nativos do Canadá e pela ecologia.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



WENLOCK

LONDRES-2012
UMA GOTA DE AÇO HIGH TECH

São ainda recentes os Jogos da XXIX Olimpíada, celebrados em Londres em 2012, mas contam já uma lenda: a da mascote «Wenlock», que no seu aspeto high-tech futurista de peça com brilho metálico teria sido fabricada a partir da última gota do aço produzido para o Estádio Olímpico de Londres. O nome era inspirado na povoação inglesa de Much Wenlock, onde tinham (e têm) lugar uns Jogos à maneira dos da antiga Olímpia e que foram uma das fontes de inspiração de Pierre de Coubertin para a criação dos Jogos Olímpicos modernos. No entanto, «Wenlock» não foi produzido pelos operários siderúrgicos de Bolton, mas sim pelo lápis de Grant Hunter, o designer vencedor do concurso lançado em 2008 e que reuniu propostas de mais de cem concorrentes. Hunter criou um boneco de forma humana cuja cabeça representa as luzes instaladas no tejadilho dos táxis londrinos, sendo a forma da testa semelhante à do teto do estádio olímpico. Na frente, um

ponto preto que lembra um olho ciclópico mas que na verdade representa a lente de uma câmara em filmagem permanente. As três extremidades no cimo da cabeça evocam o pódio dos medalhados, havendo ainda cinco argolas coloridas à volta dos pulsos, numa evocação dos anéis olímpicos. Ao peito, o logótipo dos Jogos de Londres. «Wenlock» foi a primeira mascote olímpica singular desde «Izzy» (Atlanta-1996), ultrapassando 16 anos de mascotes duplas, triplas e quintuplas. No demais, manteve a tendência geral de representação de aspetos da cultura do país onde os Jogos eram realizados e de constituir-se como fonte de receitas para a organização, domínio em que «Wenlock» se revelou mais objeto de comentário (muitas vezes depreciativo) do que matéria de negócio.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade

LEOPARDO-DAS-NEVES, URSO POLAR & LEBRE

SÓCHI-2014
UM NOVO SENTIDO PARA AS MASCOTES OLÍMPICAS



Os Jogos Olímpicos de Inverno de 2014, em Sóchi (Rússia), representaram a entrada numa era de utilização dos modernos sistemas de comunicação digital para seleção das mascotes. Numa primeira fase, o comité organizador recebeu propostas de desenho de mascotes via correio eletrónico e através de plataforma específica alojada no seu sítio oficial na Internet. Num segundo momento, após seleção por júri, dez das candidaturas entraram numa final realizada num programa especial de televisão, onde os telespetadores votaram por mensagem de SMS ou mediante chamada telefónica.

A escolha recaiu em três propostas: o leopardo-das-neves, o urso polar e a lebre, mas nenhuma das mascotes recebeu nome próprio. A opção por um trio foi justificada pelo comité organizador como representando os três lugares do pódio desportivo.

No caso dos três animais eleitos para representar os Jogos Olímpicos de Sóchi,

não se encontra qualquer relação particular com a história ou a cultura da Rússia ou da região onde os Jogos tiveram lugar. Tal facto levantou a questão de saber se a massificação do processo de escolha das mascotes através da participação possibilitada pelos meios digitais é a melhor forma de dar continuidade à tradição de assegurar uma relação de identidade entre os Jogos Olímpicos e a cultura local.

Em contraponto, começa a surgir espaço para análise de eventual tendência para considerar ultrapassada a conceção das mascotes como elementos identitários numa relação entre Jogos Olímpicos e país organizador, dando lugar a inovações de design que visem uma relação de identificação desses objetos apenas com o evento em questão, sem outros níveis de significação.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



VINICIUS

RIO DE JANEIRO-2016
A FAUNA TROPICAL BRASILEIRA
VAI AOS JOGOS

Após várias fases de um concurso lançado no Brasil para criação das mascotes olímpica e paralímpica dos Jogos Rio-2016, o júri final foi unânime na escolha da proposta da empresa Birdo Produções, de São Paulo, selecionando um figura de traços animais para a mascote olímpica e um desenho de contornos vegetais para a mascote paralímpica. Prevalencia assim uma visão assente no reconhecimento da importância da vida natural para a cultura brasileira. Nas semanas seguintes, um processo de votação nacional resultou na escolha do par de nomes para as mascotes: «Vinicius» e «Tom», homenagem a duas figuras de vulto da música popular brasileira – Vinicius de Moraes e Tom Jobim.

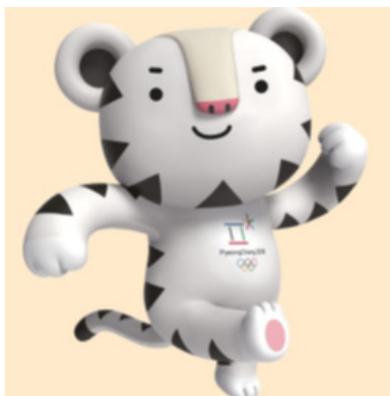
Ao contrário do que sucedeu com as mascotes dos Jogos Olímpicos de Inverno Lillehammer, em 1994, que representavam duas personalidades históricas, a mascote dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro recebeu a designação de

uma personalidade (Vinicius), mas não pretendia representá-la. Homenageava-a no nome mas o desenho apontava para a fauna brasileira, com os traços de inspiração pop a denunciar uma ave, um felino e um macaco com que se simbolizava a vida selvagem da floresta tropical do Brasil.

Transpondo para o universo das mascotes a tendência humana contemporânea de envolvimento nas redes sociais estabelecidas em plataformas da Internet, o comité organizador dos Jogos Rio-2016 criou contas específicas no Facebook e no Twitter para a mascote olímpica, num exercício de reforço da associação entre o conceito de mascote e o seu potencial de representação e de comunicação.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



SOOHORANG

PYEONGCHANG-2018
O REGRESSO DO TIGRE PROTETOR

Tal como sucedido quando dos Jogos Olímpicos de Seul, em 1988, o comité organizador dos Jogos Olímpicos de Inverno de 2018, em Pyeongchang, na Coreia do Sul, escolheu o tigre para representar o evento na função de mascote. Trata-se da representação de um tigre-branco (em 1988 tinha sido um tigre-da-sibéria), a que foi dado o nome de «Soohorang».

Animal com forte presença na cultura coreana, o tigre-branco é entendido como o guardião do país, inspirando o sentimento de segurança e proteção. O nome da mascote reflete essa relação de confiança, combinando «soo» (proteção) com «ho-rang» (tigre), sendo inspirado ainda numa canção tradicional da região a que pertence a cidade-sede destes Jogos de Inverno. Portanto, «Soohorang» retoma a tradição ancestral da mascote como portador de boa sorte, função que neste caso é assumida na forma de proteção oferecida aos atletas e aos espetadores. De acordo com o espírito com que foi

concebido, «Soohorang» pretende corporizar o desejo geral de sucesso nos Jogos Olímpicos, seja entre os organizadores seja entre os participantes. Mas a mascote de Pyeongchang serve também os desígnios de comunicação que o comité organizador visa pôr em prática nas iniciativas de marketing com que pretende promover os Jogos nos planos nacional e internacional. Para tal tem em curso um plano promocional que utiliza a mascote na variante de uniforme envergado por humanos em iniciativas públicas e como material de circulação comercial, para servir de lembranças adquiridas por colecionadores ou apreciadores do olimpismo e dos desportos de Inverno.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



MIRAITOWA

TÓQUIO-2020
A FORÇA DOS YURU CHARA

Capital de um país (Japão) onde as mascotes se afirmam numa poderosa tradição recente, Tóquio acolhe os Jogos Olímpicos de 2020 fazendo-se representar por uma mascote inspirada na estética dos «yuru chara». Trata-se de figuras criadas para representar regiões, acontecimentos, serviços públicos, empresas ou marcas comerciais e constituíram a fonte de inspiração para os autores das três propostas finalistas do concurso para a criação da mascote olímpica de 2020, num processo iniciado com uma quantidade superior a dois mil trabalhos originais.

A escolha final pelos mais de 200 mil alunos de 16.769 escolas primárias do Japão recaiu em Miraitowa, criação do desenhador Ryo Taniguchi para um ser imaginário de contornos futurísticos, em que se associa a tradição dos «yuru chara» e a modernidade dos super-heróis popularizados pela animação dos «manga» e traduzida na caracterização atribuída à personagem: a força atlética e a capacidade de teletransportação, aliadas ao

sentido de justiça, numa peça cujo grafismo recorre ainda ao conhecido padrão quadriculado japonês designado «ichimatsu», neste caso contrastando azul-escuro e branco.

As mascotes desempenham papel de relevo não apenas na sociedade e na cultura do Japão mas também na economia do país, movimentando em cada ano o equivalente a milhares de milhões de euros, numa linha de sucesso económico em que Miraitowa não deixa de ter o seu quinhão.

Com a proliferação de mascotes pelo país, o Governo japonês teve de recomendar aos serviços públicos alguma contenção na criação de novas figuras. Os Jogos Olímpicos de 2020 trouxeram mais uma, mas esta é marcada pela riqueza do simbolismo cultural.

MASCOTES OLÍMPICAS

de talismãs a símbolos de identidade



BING DWEN DWEN

PEQUIM-2022
DA FLORESTA DE BAMBU À
CÁPSULA ESPACIAL

Depois de ter sido um dos «Fuwá» (a mascote quintupla dos Jogos de Verão Pequim-2008), o panda voltou a ser mascote olímpica, desta vez nos 24.ºs Jogos Olímpicos de Inverno, Pequim-2022. Chama-se «Bing Dwen Dwen» e apresenta-se como criatura simpática, com grandes aptidões desportivas, representando a pureza, a força e a determinação dos atletas olímpicos. Segundo a lenda (ou, melhor, a ficção associada), «Bing Dwen Dwen» andava na floresta a recolher alimento (bambu) quando recebeu a visita de um asteroide que lhe deu acesso ao Túnel Mágico. A «Criancinha do Gelo» (tradução do nome do jovem panda-gigante) ganhou então um fato de gelo, um coração de ouro e a paixão pelos desportos de inverno, ficando pronta para levar o espírito olímpico a todo o mundo. A escolha do panda para mascote dos Jogos de 2022 resultou do concurso lançado em 2018 pelo Comité Organizador. Das 5816 propostas, foram pré-selecionadas cinco para os Jogos Olímpicos e cinco para os Jogos Paralímpicos. A escolha definitiva foi

anunciada em 2019: «Bing Dwen Dwen» (criado por Cao Xue, da Academia de Belas-Artes de Guangzhou), para os Jogos Olímpicos, e «Shuey Rhon Rhon» (da autoria de Jiang Yufan, do Instituto de Design de Jilin), para os Jogos Paralímpicos. A opção pelo panda-gigante representa a escolha de um animal de forte presença na cultura chinesa, dando também um sinal de esperança para a sobrevivência de uma espécie fortemente ameaçada. «Bing Dwen Dwen» fica para a história do Olimpismo como a mascote dos Jogos realizados na primeira cidade a ter acolhido tanto uma edição olímpica de Verão (2008) como uma de Inverno (2022). As mascotes olímpica e paralímpica de 2022 foram também as primeiras a fazer uma viagem de ida e volta à superfície da Lua, a bordo de uma cápsula da sonda espacial chinesa «Chang'e-5» (que levou e trouxe um exemplar de cada mascote e outros símbolos olímpicos), numa demonstração da capacidade científica e desportiva da República Popular da China.