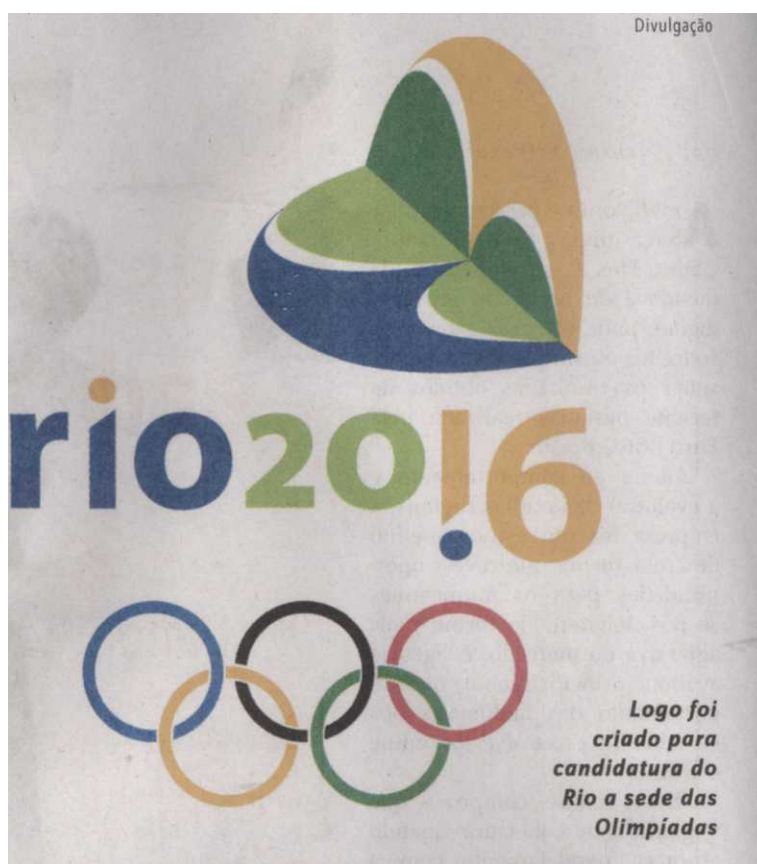


Marca olímpica será apresentada no Réveillon de Copacabana

Teresa Levin

Uma grande festa em pleno Réveillon de Copacabana marcará o lançamento do logotipo definitivo dos Jogos Olímpicos Rio 2016. Exatamente às 22 horas, pelo horário de Brasília, a imagem que representará as primeiras Olimpíadas do Brasil e da América do Sul será apresentada para o mundo. A marca será projetada em um mega telão instalado na areia, próximo ao mar, onde também acontecerão outras ações como parte da festa de lançamento. O palco da festa será montado em frente ao Hotel Copacabana Palace, tradicional ponto da orla carioca. O presidente do COI (Comitê Olímpico Internacional) Jacques Rogge; o presidente do Comitê Rio 2016, Carlos Arthur Nuzman; o ministro do Esporte, Orlando Silva; o governador Sérgio Cabral e o prefeito Eduardo Paes estarão presentes no lançamento. A marca que é usada atualmente nas ações dos Jogos Rio 2016 é a que foi criada para a candidatura da cidade a sede das Olimpíadas. A agência que desenvolveu a logo-marca dos jogos do Rio 2016 também será conhecida na noite do Réveillon. É ela quem assina uma criação que ficará como legado para o design brasileiro: a idealização da marca para os primeiros Jogos Olímpicos da América do Sul. A concorrência para a escolha da empresa que desenvolveria esta imagem contou com a participação de 139 agências. As candidatas passaram por um criterioso processo seletivo ao longo deste ano, até que fosse escolhida a responsável pela criação da identidade visual para os Jogos Olímpicos Rio 2016.



O Comitê Rio 2016 quis que a marca tivesse a assinatura do talento brasileiro e, por isso, definiu que todas as agências candidatas tivessem operação no Brasil. Ao término de várias etapas eliminatórias, as oito agências finalistas tiveram suas propostas criativas avaliadas por uma comissão julgadora multidisciplinar, formada por 12 profissionais. Entre as oito finalistas, estiveram quatro agências do Rio de Janeiro, duas de São Paulo e duas de Curitiba. Elas passaram por entrevistas individuais e enviaram seus projetos criativos, que foram avaliados segundo os critérios de conceito, originalidade, criatividade e aplicabilidade da marca. Todas as oito finalistas receberam um diploma como forma de homenagem por sua participação no processo seletivo. Além do reconhecimento internacional, a marca dos Jogos Olímpicos Rio 2016 terá exposição máxima a partir de 1º de janeiro de 2011 e pelos próximos seis anos.

TELES

Na última semana começou o processo para a definição do patrocinador dos Jogos Olímpicos Rio 2016 na categoria telecomunicações. A documentação necessária para a participação no processo seletivo foi disponibilizada pelo Comitê Rio 2016, em sua sede, na Barra da Tijuca, no Rio. De acordo com os critérios dos organizadores das Olimpíadas, podem concorrer empresas de telecomunicações que tenham faturamento anual superior a R\$1,5 bilhão e mais de 1,5 milhão de assinantes, no caso da telefonia fixa, ou mais de 3 milhões de assinantes, na

telefonia móvel. Esta é a segunda categoria de patrocinador local dos Jogos Rio 2016 que será definida. Por enquanto, o único patrocinador local das Olimpíadas é o Bradesco.

Fonte: Propmark, São Paulo, 20 dez. 2010, p. 14.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais