DA EUFORIA À CELEBRAÇÃO: A CONSTRUÇÃO MIDIÁTICA DO RIO DE JANEIRO COMO CIDADE OLÍMPICA

Resumo - Este ensaio analisa a transformação da relação de torcedores e jornalistas brasileiros com os Jogos Olímpicos ao longo do ciclo de candidatura, preparação, realização e legado dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016. O objetivo é examinar a construção midiática do Rio de Janeiro como cidade-sede e discutir como a experiência olímpica contribuiu para modificar a percepção do Brasil como participante do maior evento esportivo internacional. A pesquisa é qualitativa, exploratória e de orientação autoetnográfica, baseada em observações profissionais realizadas durante coberturas jornalísticas em Copenhague, Londres, Barcelona, Atenas e Rio de Janeiro. Essas experiências, selecionadas por sua relação com candidatura, preparação, custos, legado e atmosfera das competições, são comparadas retrospectivamente e articuladas à revisão bibliográfica sobre megaeventos, cidades-sede, city marketing, legado e espetáculo esportivo. Os resultados identificam um ciclo recorrente na cobertura dos megaeventos: euforia com a escolha da sede e as promessas de benefícios; desconfiança quanto à capacidade de organização; questionamento dos gastos públicos, das intervenções urbanas e do uso posterior das instalações; e entusiasmo durante as competições, impulsionado pelos atletas e torcedores. No Brasil, as Jornadas de Junho de 2013 intensificaram as críticas aos megaeventos, mas não impediram uma mudança de tom durante o Rio 2016. As narrativas das transmissões e o envolvimento dos torcedores parecem ter favorecido uma cobertura mais positiva. Conclui-se que o principal efeito dos Jogos foi simbólico: incorporar o Brasil ao imaginário olímpico como país capaz de sediar grandes eventos.

Palavras-chave: Jogos Olímpicos; Rio de Janeiro; megaeventos; mídia; legado.

FROM EUPHORIA TO CELEBRATION: THE MEDIA CONSTRUCTION OF RIO DE JANEIRO AS AN OLYMPIC CITY

Abstract - This essay analyzes the transformation of Brazilian fans' and journalists' relationship with the Olympic Games throughout the bidding, preparation, staging, and legacy cycle of the Rio 2016 Olympic and Paralympic Games. It examines the media construction of Rio de Janeiro as a host city and discusses how the Olympic experience contributed to changing perceptions of Brazil as a participant in the world's largest international sporting event. The study is qualitative, exploratory, and autoethnographic, drawing on professional observations from journalistic coverage in Copenhagen, London, Barcelona, Athens, and Rio de Janeiro. These experiences, selected for their relevance to bidding, preparation, costs, legacy, and the atmosphere of competition, are retrospectively compared and combined with a literature review on mega-events, host cities, city marketing, legacy, and sporting spectacle. The findings identify a recurring cycle in mega-event coverage: euphoria over host-city selection and promised benefits; doubts about organizational capacity; criticism of public spending, urban interventions, and the post-event use of facilities; and enthusiasm during the competitions, driven by athletes' performances and fan engagement. In Brazil, the June 2013 protests intensified criticism of mega-events but did not prevent a shift in tone during Rio 2016. Broadcast narratives and fan engagement appear to have encouraged more positive coverage. The Games' main impact was symbolic, incorporating Brazil into the Olympic imagination as a nation capable of hosting major events despite subsequent controversies over infrastructure and venue use.

Keywords: Olympic Games; Rio de Janeiro; mega-events; media; legacy.

DE LA EUFORIA A LA CELEBRACIÓN: LA CONSTRUCCIÓN MEDIÁTICA DE RÍO DE JANEIRO COMO CIUDAD OLÍMPICA

Resumen - Este ensayo analiza la transformación de la relación de aficionados y periodistas brasileños con los Juegos Olímpicos durante el ciclo de candidatura, preparación, realización y legado de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Río 2016. Examina la construcción mediática de Río de Janeiro como ciudad sede y discute cómo la experiencia olímpica contribuyó a modificar la percepción de Brasil como participante del mayor evento deportivo internacional. La investigación es cualitativa, exploratoria y de orientación autoetnográfica, basada en observaciones profesionales realizadas durante coberturas periodísticas en Copenhague, Londres, Barcelona, Atenas y Río de Janeiro. Estas experiencias, seleccionadas por su relación con la candidatura, la preparación, los costos, el legado y la atmósfera de las competiciones, se comparan retrospectivamente y se articulan con una revisión bibliográfica sobre megaeventos, ciudades sede, marketing urbano, legado y espectáculo deportivo. Los resultados identifican un ciclo recurrente en la cobertura de los megaeventos: euforia ante la elección de la sede y las promesas de beneficios; dudas sobre la capacidad organizativa; cuestionamientos sobre el gasto público, las intervenciones urbanas y el uso posterior de las instalaciones; y entusiasmo durante las competiciones, impulsado por los atletas y los aficionados. En Brasil, las protestas de junio de 2013 intensificaron las críticas a los megaeventos, pero no impidieron un cambio de tono durante Río 2016. Las narrativas de las transmisiones y la participación de los aficionados parecen haber favorecido una cobertura más positiva. El principal efecto de los Juegos fue simbólico: incorporar a Brasil al imaginario olímpico como país capaz de albergar grandes eventos.

Palabras-clave: Juegos Olímpicos; Río de Janeiro; megaeventos; medios de comunicación; legado.

Marcelo Barreto

marcelo.barreto@usp.br

Universidade de São Paulo, Brasil

http://dx.doi.org/10.30937/2526-6314.v10.id251

Recebido: 04 set 2026

Aceito: 21 nov 2026

Publicado: 26 nov 2026

Introdução

Uma das imagens de vitória mais marcantes da história do esporte brasileiro não teve como cenário um estádio ou um ginásio, uma piscina ou uma pista: na Praia de Copacabana, milhares de pessoas dançavam ao som de músicos como Lulu Santos e comemoravam a escolha do Rio de Janeiro para receber os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016. Como correspondente do Sportv, eu acompanhava a festa de longe. Estava em Copenhague, onde foi feito o anúncio, em reunião do Comitê Olímpico Internacional (COI). Confesso que esperava uma derrota – conceito até então muito mais associado à participação brasileira no maior evento esportivo do planeta, não apenas nas competições, mas também em pleitos anteriores de escolha da cidade-sede (o primeiro que cobri, como repórter do jornal O Globo, foi para a edição de 2004, e terminou não só fracassado como também ridicularizado).

Mas, naquele dia, começava uma mudança importante: a construção midiática do Rio de Janeiro como cidade-sede marcaria uma nova etapa na visão do Brasil como participante dos Jogos, num processo que começou com a transmissão do anúncio – e da celebração que se seguiu a ele. Este artigo situa a importância dos Jogos Olímpicos da Era Moderna (competição criada pelo francês Pierre de Freddy, autointitulado Barão de Coubertin, que teve sua primeira edição disputada em Atenas, em 1896) no imaginário esportivo brasileiro. Veremos que, após a realização de uma edição no país, que acaba de completar dez anos, a relação de torcedores e jornalistas com o evento mudou fundamentalmente.

O problema que orienta o trabalho é compreender como a experiência profissional de acompanhamento de diferentes cidades-sedes permite interpretar mudanças no modo de narrar a preparação, a realização e o legado dos Jogos. O objetivo, portanto, não é medir diretamente a opinião pública nem realizar uma análise de conteúdo de um conjunto fechado de reportagens, mas examinar, em chave reflexiva, recorrências percebidas pelo autor na cobertura de megaeventos e colocá-las em diálogo com estudos sobre cidades olímpicas, legado e comunicação.

Essa distinção é importante porque a relação entre mídia e público não deve ser entendida como causalidade automática. A hipótese do agendamento mostra que a seleção e a saliência conferidas a determinados temas podem influenciar a importância que eles assumem no debate público[1]. Já o enquadramento chama atenção para os modos pelos

quais aspectos de uma realidade são selecionados e enfatizados, oferecendo chaves de interpretação[2]. Esses conceitos serão usados como apoio à leitura da mudança de tom entre a candidatura, a preparação e o período das competições, sem supor que os veículos tenham produzido respostas idênticas em todos os torcedores.

Materiais e métodos

Trata-se de pesquisa qualitativa, exploratória e de orientação autoetnográfica. O material empírico é composto por experiências profissionais do autor em coberturas realizadas em Copenhague, Londres, Barcelona, Atenas e Rio de Janeiro, entre o processo de escolha da sede de 2016 e visitas posteriores destinadas a observar o legado. As situações foram selecionadas por sua relação direta com cinco eixos presentes no problema de pesquisa: candidatura, preparação, gastos e capacidade de organização, uso posterior das instalações e atmosfera vivida durante as competições. A autoetnografia articula a experiência autobiográfica a contextos culturais, sociais e políticos, convertendo a posição do pesquisador em parte explícita do processo de investigação[3]. Em sua dimensão metodológica, pressupõe a seleção, a descrição e a interpretação sistemáticas de experiências pessoais, tratadas não como lembranças isoladas, mas como material situado e reflexivo[4]. Neste estudo, essa orientação guiou a seleção de episódios vividos diretamente pelo autor e relacionados aos cinco eixos do problema de pesquisa; a interpretação foi feita pela comparação retrospectiva entre cidades e momentos distintos e pelo diálogo entre os relatos; a bibliografia, com atenção aos limites da memória e da posição do observador.

O procedimento analítico foi retrospectivo e comparativo. Primeiro, reconstruindo episódios profissionais considerados representativos de cada eixo; depois, contrastando-os entre as cidades e com a bibliografia sobre megaeventos, legado urbano, *city marketing* e comunicação; por fim, as recorrências foram agrupadas em quatro categorias interpretativas: euforia, desconfiança, crítica e entusiasmo. Essa divisão não resulta da contagem de notícias nem pretende descrever toda a imprensa de forma homogênea. Funciona como síntese reflexiva de uma trajetória profissional, sujeita aos limites próprios da memória e da posição do observador.

A pesquisa se baseia em observações feitas ao longo de minha carreira como jornalista esportivo: acompanhei o passo a passo de uma cidade-sede pela primeira vez

em Londres, onde trabalhei como correspondente do Sportv de 2011 a 2013, período que compreendeu a reta final de preparação, a realização e a repercussão imediata dos Jogos Olímpicos de 2012. Um momento marcante da cobertura foi a resposta de Clive Woodward, diretor esportivo da Associação Olímpica Britânica, à primeira pergunta da única entrevista coletiva que concedeu sobre a realização do evento, à qual eu estava presente. "Por que estamos gastando tanto dinheiro para receber os Jogos?", questionou um repórter inglês. "Porque podemos", disse Woodward.

Não era o caso do Rio de Janeiro. Aqui, bem no começo do processo, outra declaração ficou famosa: "Esta caneta", disse o então prefeito da cidade, Cesar Maia, mostrando o instrumento com o qual assinaria o documento de autorização para a construção do Estádio Olímpico, hoje cedido a um clube de futebol, o Botafogo, e rebatizado de Nilton Santos. "É só o que eu preciso para financiar as obras." Eu também estava nessa entrevista coletiva, e me lembro de ter ouvido com desconfiança. Pouco depois, Maia pediria socorro: o orçamento inicial de R$ 60 milhões já estava em R$ 420 milhões, e foi necessário gastar ainda mais para pôr de pé a instalação, usada em eventos de atletismo nos Jogos Pan-Americanos e Parapan-Americanos de 2007 e nos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016. Outros gastos também ficaram muito acima do orçado.

Visitas a duas cidades trazem contribuições relevantes – uma pelo aspecto positivo, outra pelo negativo. Estive em Barcelona em 2013, para a produção de uma reportagem sobre o legado dos Jogos de 1992, exibida no Sportv Repórter. A área da Vila Olímpica ainda era uma das mais valorizadas da cidade e a piscina construída para o evento se mantinha aberta para uso da população local, mas outras instalações não tiveram o mesmo destino: a piscina de saltos ornamentais, cuja localização propiciara aos jornais da época fotos marcantes (de atletas em pleno voo contra um fundo que revelava a arquitetura catalã), estava fechada para reformas; o Estádio Olímpico era mantido pelo governo municipal como atração turística e podia ser visitado sem cobrança de ingressos, mas recebia competições apenas esporadicamente; e o velódromo tinha sido adaptado para abrigar campos de futebol soçaite alugados à população local.

Fui também a Atenas, que voltou a receber os Jogos em 2004 e construiu arenas para esportes com calendário irregular de competições, como levantamento de peso, *wrestling* e vôlei de praia (esta última, contraditoriamente, longe do mar que banha a

própria cidade). Estavam todas inutilizadas, precisando de dinheiro público apenas para se manter de pé – num momento de profunda crise econômica, com protestos contra a União Europeia pelos juros que devoravam o produto interno bruto do país e que um dos entrevistados, líder de um partido político da oposição, afirmou estarem ligados aos gastos com a organização do evento. Pior destino teve o Parque Olímpico, que recebeu provas de cinco esportes e acabou abandonado e coberto por um matagal, sem que um projeto de reforma para transformá-lo em área de lazer tivesse sido aprovado.

As duas visitas ganham maior alcance quando confrontadas com a literatura. Gold e Gold[5] mostram que as cidades atribuem agendas urbanas distintas dos Jogos e que os resultados dependem da articulação entre planejamento olímpico e projetos de longo prazo. Em comparação direta, Nunan[6] identifica em Barcelona maior integração entre instalações e renovação urbana, enquanto Atenas sofreu com dispersão das arenas, conflitos institucionais e planejamento pós-Jogos menos consistente. A observação *in loco* não substitui essas análises, mas permite aproximar seus argumentos da experiência concreta de quem retorna às cidades anos depois da cerimônia de encerramento.

Resultados

As quatro categorias apresentadas a seguir resultaram do agrupamento retrospectivo das recorrências descritas nos episódios profissionais: celebração da escolha, dúvidas sobre a capacidade de entrega, críticas a custos e legado e mudança de tom durante as competições. Elas organizam a interpretação do material e não correspondem a uma codificação quantitativa de reportagens.

Tabela 1 – Relação entre episódios observados e categorias interpretativas

Categoria interpretativa	Contexto do episódio	Elementos observados	Relação com a categoria
Euforia	Copenhague e Rio de Janeiro, 2009	O anúncio da escolha do Rio como cidade-sede foi recebido com celebração na Praia de Copacabana	A escolha da sede é associada ao prestígio e à expectativa de benefícios para a cidade e o país
Desconfiança	Londres, na preparação para os Jogos de 2012, e Rio de Janeiro,	Os questionamentos sobre gastos e aumento de orçamento revelam dúvidas sobre custos e	Os episódios evidenciam desconfiança quanto à viabilidade financeira e

	durante a construção do Estádio Olímpico	capacidade de concluir os projetos	à organização do evento durante a preparação
Crítica	Barcelona e Atenas (visitas após os Jogos) e Rio de Janeiro (Jornadas de Junho)	Usos desiguais das instalações, abandono ou adaptação, protestos contra gastos públicos	Os relatos fundamentam críticas ao legado, às intervenções urbanas e à destinação das arenas
Entusiasmo	Rio de Janeiro, durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016	As transmissões destacaram o desempenho dos atletas, a festa nas arquibancadas e a participação dos torcedores.	O início das competições trouxe novos focos à cobertura e favoreceu um tom mais positivo

Fonte: o autor.

A observação do processo de candidatura e realização dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016, em comparação com as outras três cidades-sedes, permite propor, como hipótese interpretativa, que há traços recorrentes na relação entre a cobertura da imprensa e a opinião pública. Não apenas as emissoras de televisão, mas outros veículos de comunicação podem ser lidos, na experiência aqui reconstruída, por meio de um ciclo, composto de quatro etapas:

1. A euforia pelo anúncio da cidade-sede e pelas benesses que podem advir dessa escolha;
2. A desconfiança em torno da capacidade do país de organizar o evento e de eventuais malefícios trazidos pela empreitada;
3. As críticas ao excesso de gastos, ao desvio de recursos públicos, às alterações na vida da cidade e à construção de instalações esportivas caras e sem previsão de continuidade de uso;
4. Os elogios ao desempenho dos atletas e à alegria dos torcedores durante o evento.

Discussão

Ser cidade-sede, para o Rio de Janeiro, foi visto inicialmente como sinônimo de prestígio, permitindo aos moradores usufruir *in loco* da experiência de fruição descrita por Bromberger[7], que chama as competições esportivas de "[...] momentos excepcionais

de estetização festiva da vida coletiva (p.29)". Mas nem sempre foi assim, como se pode constatar observando características de edições ao longo da periodização proposta por Rubio[8]: estabelecimento (Atenas 1896 a Estocolmo 1912); afirmação (Antuérpia 1920 a Berlim 1936); conflito (Londres 1948 a Los Angeles 1984); e profissionalismo (Seul 1988 a Rio 2016).

No artigo em que discute a Agenda 20+20, Rubio[9] descreve a necessidade de reposicionamento do Movimento Olímpico diante do peso adquirido pelo profissionalismo, pelos interesses comerciais e pela expansão do espetáculo. Nessa leitura, os Jogos Rio 2016 podem ser entendidos simultaneamente como culminação do ciclo anterior e como ponto de transição: a realização do evento no Sul Global expôs seu alcance planetário, mas também tornou mais visíveis as tensões envolvendo custos, sustentabilidade, legitimidade social e legado. A experiência brasileira, portanto, não apenas encerra uma periodização, mas ajuda a compreender por que o Movimento Olímpico passou a defender novas formas de candidatura e organização.

Depois que Atenas se mobilizou para receber os primeiros Jogos Olímpicos da Era Moderna, em 1896, num estádio que o Rei Jorge I mandou construir com arquibancadas de mármore, financiado por um compatriota milionário, o COI teve experiências desagradáveis com outras anfitriãs. As provas de natação, por exemplo, foram disputadas no Rio Sena, com trechos contra a corrente, em Paris 1900; e num lago artificial habitado por peixes e sapos, em St. Louis 1904[10].

Berlim, ao receber a edição de 1936, provocou a maior transformação no papel da cidade-sede até então, criando tradições que foram incorporadas ao cerimonial olímpico, como o revezamento da tocha. Cobrou um preço alto por isso: a popularidade do evento alimentou a máquina de propaganda nazista, com a percepção de que a transmissão das competições poderia ser usada para endossar mensagens políticas. Mas, como atesta Gumbrecht[11], deixou um legado estético nas imagens da cineasta Leni Riefensthal e nas primeiras experiências de transmissão ao vivo pela televisão.

Com os Jogos já definitivamente transformados num evento televisivo de grande alcance internacional, coube à edição de Barcelona 1992 uma nova descoberta: mostrar não um projeto político (como em Moscou 1980) ou econômico (a exemplo de Seul 1988) do país anfitrião para o mundo, mas sim a transformação da própria cidade-sede. As iniciativas de renovação urbana comandadas pelo prefeito Pascual Maragall ao longo de

um período de dez anos incluíram a bem-sucedida candidatura olímpica – incentivada pelo catalão Juan Antonio Samaranch, então presidente do COI – e as reformas resultantes, que Harvey[12] definiu como "[...] uma bela referência ao utopismo dos icarianos (p. 104)".

Por causa da edição de 1992, sediar os Jogos passou a ser visto como uma oportunidade de desenvolvimento de áreas degradadas e aquisição de instalações esportivas e de infraestrutura urbana. Consolidava-se um processo descrito por Hall[13]:

> [...] megaeventos apresentam grandiosidade em termos de público, mercado alvo, nível de envolvimento financeiro do setor público, efeitos políticos, extensão da cobertura televisiva, construção de instalações e impacto sobre o sistema econômico e social da sociedade anfitriã (p. 17).

Trata-se de um ponto de inflexão decisivo para a transformação observada por Rubio[8]. Nas edições seguintes, a estratégia política das candidaturas passou a basear-se num instrumento de projeção internacional, agregando a regeneração urbana da cidade-sede à construção de imagem do país anfitrião.

Foi nesse contexto que Londres saiu da aventura olímpica com uma avaliação positiva, apesar de algumas promessas não cumpridas – um exemplo foi a arena de basquete, anunciada como a primeira instalação desmontável da história dos Jogos e de fato desmontada, mas jamais reutilizada, porque se descobriu ser mais barato construir uma nova. Desde 2012, o Reino Unido, que compete com o nome de Grã-Bretanha, se consolidou como potência esportiva no evento: nas edições seguintes, terminou em terceiro, quarto e sétimo lugar, respectivamente, no quadro de medalhas. Pesquisas encomendadas pelo governo britânico mostraram ainda um aumento na prática de esportes entre a população, com impacto na saúde pública.

Aqui voltamos a 2 de outubro de 2009, o dia da festa na praia de Copacabana. O anúncio da vitória da candidatura do Rio de Janeiro a cidade-sede dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016 foi o ponto alto da consolidação da 'marca RIO' como 'cidade-mercadoria', em substituição ao status anterior de 'cidade-espetáculo', na definição de Freitas[14]. Era, como já descrito anteriormente, um momento de celebração. Mas ainda havia um longo caminho a percorrer até que os grandes eventos fossem realizados e pudessem ser considerados bem-sucedidos (àquela altura, o Brasil estava confirmado

como sede da Copa do Mundo masculina de futebol de 2014 e o Rio já tinha recebido os Jogos Pan-Americanos e Parapan-Americanos de 2007, cuja organização foi alvo de muitas críticas na imprensa nacional e internacional).

O sucesso de um projeto de megaevento não se encerra no anúncio da cidade-sede e nem mesmo com a sua realização. A construção de imagem do país organizador é parte importante do processo. E a cobertura dos veículos de comunicação – desde a candidatura, passando pelo período de preparação e realização de obras de infraestrutura esportiva e urbana, até o momento das competições – tem papel fundamental. No caso do Rio, o cenário inicial foi impulsionado por fatores positivos, como destaca Almeida[15]. Era um período de forte crescimento econômico do Brasil, com a consequente projeção internacional, e a vitória no processo seletivo do COI mobilizou discursos de legado e modernização semelhantes aos observados em outras sedes. Mas foi preciso lidar com um fator novo, surgido em 2013: a série de manifestações populares que ficou conhecida como Jornadas de Junho incluiu em sua pauta de reivindicações os protestos contra a realização da Copa do Mundo de 2014, o que também teria efeito no projeto olímpico.

Entre 2013 e 2016, o ambiente político se modificou de maneira acelerada. A reeleição presidencial de 2014 foi seguida por novos ciclos de mobilização, marcados pela presença mais nítida de repertórios e grupos antagônicos, por manifestações favoráveis e contrárias ao governo e pela centralidade do processo de impeachment, concluído em agosto de 2016 e chamado de golpe institucional pelos apoiadores da presidente deposta, Dilma Rousseff. Alonso[16] identifica três ciclos de confronto nesse período e mostra que as ruas não mantiveram uma pauta única: repertórios autonomistas, socialistas e patrióticos disputaram símbolos, demandas e interpretações. Assim, quando os Jogos começaram, a crítica aos megaeventos já dividia espaço com corrupção, crise econômica, impeachment e defesa ou rejeição do governo. Essa mudança não apagou as controvérsias olímpicas, mas alterou o contexto em que elas eram recebidas e noticiadas.

O slogan ‘Não vai ter Copa’ passou a ser gritado quase que diariamente nas ruas, em contestação aos gastos públicos com a organização do evento. Dos 12 estádios que receberam partidas em 2014, cinco foram construídos especialmente para a ocasião e sete receberam reformas milionárias, num processo de ressignificação do espaço do torcer que ficou conhecido como ‘arenização’. Manifestantes tentaram impedir a realização da final da Copa das Confederações, evento-teste das instalações, mas foram cercados pela

polícia, que usou de violência e não os deixou chegar às imediações do Maracanã. Foi um momento de fissura no processo de pacificação esportiva descrito por Brohm[17], que trata os eventos esportivos como aglutinadores de massas (milhares presencialmente e milhões pela televisão) e substitutos da luta de classes, regulando e socializando a agressão.

Os protestos tiveram ampla cobertura da imprensa. Em muitos deles, jornalistas, especialmente de grandes grupos de comunicação, foram hostilizados pelos manifestantes. As Jornadas de Junho não tinham um comando unificado e a pauta de reivindicações era abrangente (ou, segundo seus adversários, dispersa), mas a visão crítica do papel da mídia estava entre suas características recorrentes. As principais reclamações tinham caráter político, e a postura diante dos megaeventos – cujos gastos, como expresso em slogans e cartazes exibidos pelos manifestantes, poderiam ter sido usados para a construção de escolas e hospitais – também foi um fator relevante. Embora a maioria dos veículos tenha partido de uma posição de apoio ao Rio de Janeiro e ao Brasil como sedes, não se pode dizer que a cobertura do período de preparação foi positiva. Um bom exemplo é o título usado por Vanessa Bárbara[16] em coluna publicada originalmente no jornal estadunidense *The New York Times* e posteriormente traduzida para o português: "A catástrofe olímpica brasileira".

Durante as competições, observei uma mudança de tom nas transmissões, que passaram a destacar as atuações dos atletas e a participação dos torcedores. Essa mudança pode ser interpretada como a oferta de novas ênfases e chaves de leitura sobre os Jogos. Nas vozes dos narradores das emissoras de televisão, as façanhas dos atletas e o envolvimento do público falaram mais alto. Essa percepção remete à análise de Mascarenhas[19]: o conceito de *city marketing*, ou seja, a construção da imagem da cidade-sede, opera no plano simbólico.

A passagem entre os estágios pode ser compreendida, com as devidas cautelas, a partir do agendamento e do enquadramento. A ênfase continuada em atrasos, gastos e conflitos tornou esses temas salientes durante a preparação [1]. Com o início das provas, a disponibilidade de novas imagens, personagens e acontecimentos favoreceu outros enquadramentos: desempenho atlético, festa nas arquibancadas, encontros entre torcedores e funcionamento cotidiano da cidade olímpica[2]. O argumento não é que a imprensa tenha determinado a opinião pública, mas que a substituição de temas e atributos predominantes ofereceu ao público novas chaves para interpretar o mesmo megaevento.

Estudos brasileiros sobre *agenda-setting* também ressaltam que as agendas midiática, pública e governamental se relacionam sem se confundirem [20].

Conclusões

E após a realização dos Jogos, que agora completa dez anos, o que ficou? Cabe aqui o relato de uma visita ao Parque Olímpico em 2022 – não para assistir a uma competição, mas a um show da turnê de despedida do cantor Milton Nascimento, na Jeunesse Arena, como então se chamava a instalação usada principalmente para as provas de ginástica artística no Pan de 2007 e nos Jogos de 2016. As luzes das Arenas Cariocas 1, 2 e 3, do Velódromo e do Centro Olímpico de Tênis estavam acesas – não para iluminar o cenário, mas para permitir que os operários envolvidos na montagem de outra produção musical, o Rock in Rio, pudessem trabalhar no turno da noite. Era uma imagem representativa do Rio de Janeiro pós-grandes eventos esportivos. Construções imponentes mantêm-se de pé, principalmente à custa de dinheiro público, o que enquadra a cidade na estimativa otimista do COI, que publicou um estudo no qual afirma que 85% das instalações esportivas construídas para todas as edições olímpicas desde 1896 (e cem por cento das do Rio, contando-se apenas as permanentes) ainda estão em utilização[21]. Porém, em poucos casos o uso que se faz atualmente corresponde ao que foi prometido no caderno de encargos, documento-base da candidatura.

Se o impacto dos grandes eventos na infraestrutura não correspondeu ao esperado, será que o legado esportivo foi maior? Em 2014, a competição que mais mexe com os afetos do torcedor brasileiro, a Copa do Mundo masculina de futebol, terminou com a maior goelada sofrida na história da seleção nacional, 7 a 1 para a Alemanha. Mas esse evento extraordinário não fez surgir, como aponta Costa[22], uma pergunta que substituísse a de outro fracasso em solo pátrio, o Maracanazo, derrota para o Uruguai por 2 a 1 na partida decisiva da Copa de 1950: por que o Brasil perdeu? Da mesma forma, a celebração das vitórias e a lamentação dos maus resultados de atletas do país nos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016 não estiveram diretamente ligados aos questionamentos feitos ao Rio de Janeiro como cidade-sede.

Mas o tema principal deste trabalho é o que se convencionou chamar de legado intangível, ou seja, a percepção do processo completo de organização dos Jogos pelos habitantes da cidade e do país-sede, com a mediação dos veículos de comunicação. Na

avaliação de Freitas[14], ao longo do processo descrito nos resultados, "[...] percebemos que o discurso midiático tentou estabelecer novos paradigmas de cobertura jornalística, priorizando mais as ações de transformação para o sucesso desses megaeventos do que a violência urbana sempre tão explorada pelos meios de comunicação de massa (p.55)". Já o público, se não sabia exatamente qual seria o uso das instalações esportivas logo após as competições, parece ter saído delas modificado em sua relação com os esportes olímpicos. A realização do evento 'em casa' aumentou a exposição a modalidades antes pouco conhecidas; fez surgir novos vencedores/heróis no imaginário popular; e incrementou a participação do Brasil no quadro de medalhas, gerando mais expectativa para o desempenho, correspondida nas edições seguintes.

Essas indicações devem ser lidas nos limites do desenho adotado. O artigo interpreta experiências profissionais e as aproxima da literatura, mas não demonstra causalidade entre cobertura e opinião pública, não mede a mudança de percepção dos torcedores e não substitui uma análise de conteúdo com *corpus* definido. Sua contribuição está em formular uma hipótese informada pela posição de quem acompanhou o processo por dentro: para o torcedor, o legado emocional de 2016 se fez mais imediatamente presente do que o físico.

Se precisou voltar quase imediatamente à realidade da cidade não-olímpica, o carioca – e, por extensão, o brasileiro – que desfrutou das semanas de competição saiu delas com a sensação de ter feito sua parte para o sucesso da festa. Ou, como disse o então repórter Renato Ribeiro, hoje diretor de Esportes da *Globo*, na transmissão da cerimônia de encerramento: "Nós nos olhamos no espelho e gostamos do que vimos".

Referências

1 McCombs ME, Shaw DL. The agenda-setting function of mass media. Public Opin Q. 1972;36(2):176-187. doi:10.1086/267990.
2 Entman RM. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. J Commun. 1993;43(4):51-58. doi:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x.
3 Ellis C, Adams TE, Bochner AP. Autoethnography: an overview. Historical Social Research. 2011;36(4):273–290. doi:10.12759/hsr.36.2011.4.273-290.
4 Chang H. Autoethnography as method. Walnut Creek, CA: Left Coast Press; 2008.
5 Gold JR, Gold MM. Olympic cities: city agendas, planning, and the world's games, 1896-2020. London: Routledge; 2016.
6 Nunan E. Olympic legacy: a comparison of Barcelona 1992 and Athens 2004. FAU Undergrad Res J. 2012;1.
7 Bromberger C. Paixões esportivas. In: Corbin A, Courtine JJ, Vigarello G, (org.). História das emoções: do final do século XIX até hoje. Vol. 3. Petrópolis: Vozes; 2020.

8 Rubio K. Os jogos olímpicos e a transformação das cidades: os custos sociais de um megaevento. Scripta Nova. 2005;9(194):85.
9 Rubio K. Agenda 20 + 20 e o fim de um ciclo para o Movimento Olímpico Internacional. Rev USP. 2016;(108):21-28.
10 Barreto M, Freitas A. Almanaque Olímpico - 3. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2016.
11 Gumbrecht HU. Elogio da beleza atlética. São Paulo: Companhia das Letras; 2007.
12 Harvey D. Cidades rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana. São Paulo: Martins Fontes; 2014.
13 Hall CM. Urban entrepreneurship, corporate interests and sports mega-events: the thin policies of competitiveness within the hard outcomes of neoliberalism. Sociol Rev. 2006;54(Suppl 2):59-70.
14 Freitas R. Da cidade-espetáculo à cidade-mercadoria: a comunicação urbana e a construção da marca RIO. Rev Eco-Pós. 2017;20(3):49-65.
15 Almeida BS. Megaeventos esportivos, política e legado: o Brasil como sede da Copa do Mundo FIFA 2014 e os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016. Espacio Abierto. 2016;25(2):67-81.
16 Alonso A. A política das ruas: protestos em São Paulo de Dilma a Temer. Novos Estud CEBRAP. 2017;(Esp):49-58. doi:10.25091/S01013300201700040006.
17 Brohm JM. Tesis sobre el deporte. In: Barbero JI (org). Materiales de sociología del deporte. Madrid: Las Ediciones de La Piqueta; 1993. p. 47-62.
18 Bárbara V. A catástrofe olímpica brasileira. 2016 [citado 3 set 2026]. The New York Times. Disponível em http://hdl.handle.net/123456789/1106
19 Mascarenhas G. Cidade mercadoria, cidade-vitrine, cidade turística: a espetacularização do urbano nos megaeventos esportivos. Cad Virtual Tur. 2014;14(Supl 1):52-65.
20 Capella ACN, Brasil FG. Agenda-setting: mídia e opinião pública na dinâmica de políticas públicas. Compolítica. 2018;8(1). doi:10.21878/compolitica.2018.8.1.236.
21 The Olympic Studies Centre. Over 125 years of Olympic venues: post-Games use. Lausanne: International Olympic Committee; 2022 [citado 3 set 2026]. Disponível em https://www.olympics.com/ioc/olympic-legacy/over-125-years-of-olympic-venues.
22 Costa LM. Os vilões do futebol: jornalismo esportivo e imaginação melodramática. Curitiba: Appris; 2020.