

## UM BRASIL MULATO – DIONÍSIO, FUTEBOL E O MARKETING DA COPA DO MUNDO DA FIFA 2014<sup>1</sup>

Daniel Malanski<sup>2</sup>

Emílio Fernández Peña<sup>3</sup>

**Resumo:** O futebol desempenha um papel central como cimento social no Brasil, unindo a nação por meio do orgulho e do fanatismo esportivo. Contudo, como aponta Roland Barthes, mitos, como o do “futebol-arte”, podem ser utilizados para justificar narrativas de excepcionalidade cultural que nem sempre refletem a realidade. A alegoria de Gilberto Freyre, que associa o futebol brasileiro a uma ontologia nacional imaginada, consolidou-se como pilar acadêmico e cultural, promovendo a ideia de um “futebol-arte mulato” esteticamente distinto do europeu. Essa narrativa, enraizada na dualidade Apolo/Dionísio, transcende os círculos acadêmicos e molda percepções sociais, distinguindo o futebol “verdadeiramente brasileiro” de outras práticas, inclusive dentro do próprio país. Em 2014, a representação de um Brasil dionisíaco, vibrante e festivo, serviu para projetar o país como uma utopia tropical ideal para sediar o evento, atraindo turistas e justificando os altos custos envolvidos. de convencer parcelas expressivas de seus distintos segmentos sociais.

**Palavras-chave:** Identidade brasileira; futebol; Copa do Mundo FIFA 2014; Apolíneo/Dionísio; Gilberto Freyre

### A mulatto Brazil – Dionísio, Football and the marketing of the 2014 FIFA World Cup

**Abstract:** Football is a central social glue in Brazil, uniting the nation through pride and sports fandom. However, as Roland Barthes points out, myths such as “futebol-arte” can justify narratives of cultural exceptionalism that do not always reflect reality. Gilberto Freyre’s allegory, which associates Brazilian football with an imagined national ontology, has become an academic and cultural cornerstone, promoting the idea of a “mulatto futebol-arte” aesthetically distinct from its European counterpart. This narrative, rooted in the Apollonian/Dionysian duality, transcends academic circles and shapes social perceptions, distinguishing “truly Brazilian football” from other practices, even within the country. In 2014, the portrayal of a Dionysian, vibrant, and festive Brazil was used to project the nation as a tropical utopia ideal for hosting the event, attracting tourists and justifying the high costs involved.

**Keywords:** Brazilian identity; football; 2014 FIFA World Cup; Apollonian/Dionysian; Gilberto Freyre

---

<sup>1</sup> Uma versão anterior deste artigo foi publicada em língua inglesa como: MALANSKI, D., & PEÑA, E. F.. A Mulatto Brazil—the narrative of the Dionysian character of Brazilian society in the 2014 FIFA World Cup. *National Identities*, n.25, v.4, p. 423-439, 2023. O texto original foi traduzido, revisado e ampliado para esta nova versão.

<sup>2</sup> Professor associado na Universidade de Lyon. E-mail: danielmalanski@gmail.com

<sup>3</sup> Professor na Universitat Autònoma de Barcelona

## Introdução

Megaeventos globais são caracterizados por sua capacidade de se conectar ao passado, às identidades e ao território do país anfitrião (BERTHO-LAVENIR, 2012, p. 720). Nesse contexto, eventos esportivos como a Copa do Mundo da FIFA e os Jogos Olímpicos frequentemente incorporam narrativas historicamente selecionadas, mitologias e tradições nacionais em seus materiais midiáticos, incluindo cerimônias, temas, cartazes promocionais e outros elementos audiovisuais. Esses recursos têm como objetivo projetar uma imagem reelaborada da nação, tanto para consumo interno quanto para o cenário internacional. Tais narrativas nacionais – descritas por Pfister (2011, p. 415) como “referências fragmentárias” ou “mitos políticos” – desempenham um papel crucial ao “criar um sentimento emocional de envolvimento e pertencimento, além de consolidar a nação como uma comunidade concreta” (Pfister, 2011, p. 416).

Assim como “a comunidade imaginada de milhões parece mais real do que uma equipe de onze pessoas conhecidas” (Hobsbawm, 1990, p. 143), os megaeventos esportivos (re)constroem o romance nacional dos países-sede por meio de cerimônias, apresentações teatrais, vídeos, pôsteres e outras formas de marketing (TOMLINSON e Young, 2006; MALANSKI 2022). No âmbito acadêmico, uma vasta literatura tem se dedicado a decodificar as mensagens projetadas pelos países-sede através desses eventos. Em 1998, Black e Nauright analisaram como a Copa do Mundo de Rúgbi de 1995, realizada na África do Sul, foi instrumentalizada pelo governo recém-eleito para promover a imagem de um país novo, multirracial e democrático. De forma semelhante, Heinz Housel (2007, p. 446) argumentou que as Olimpíadas de Sydney 2000 mobilizaram a narrativa de uma Austrália unida e multicultural em resposta às pressões da globalização e à crescente desintegração das fronteiras dos estados-nação.

Desde o seu anúncio em 2007, a Copa do Mundo de 2014 tornou-se alvo de diversos estudos no que diz respeito à sua marca e à representação do país no exterior. Antes mesmo do pontapé inicial, Ocke (2013) analisou a gestão de imagem e marca-país, discutindo o impacto da Copa de 2014 na promoção da imagem do Brasil, com destaque para a cultura e a hospitalidade do povo

brasileiro. Malanski (2016) investigou as cerimônias de abertura e os cartazes das Copas do Mundo de 1950 e 2014, analisando como o país buscou projetar sua imagem nos âmbitos nacional e internacional em diferentes períodos. Complementarmente, Buarque (2015) utilizou os dois eventos para explorar as mudanças na percepção da imagem nacional, com ênfase na recepção das Copas pela mídia internacional. Ainda com base na análise da cerimônia de abertura da Copa de 2014, Mitchell (2023) examinou essa cerimônia como uma prática de multiculturalismo neoliberal, destacando como ela ocultou desigualdades raciais e de classe, enquanto promovia narrativas de democracia racial e multiculturalismo global. Através da comercialização da cultura, hierarquias raciais foram performadas, associando a branquitude à modernidade e fixando a indigeneidade ao passado, como observado por Malanski (2019, p. 218-219).

Nas próximas linhas, examinaremos a construção da ideia do Brasil como o país da felicidade e do futebol, promovida pelas cerimônias da Copa do Mundo da FIFA 2014 e pelo material promocional relacionado. Através da análise de conteúdo de fontes primárias, como diretrizes oficiais, cartazes, aberturas televisivas e cerimônias, buscaremos demonstrar que esse fenômeno tanto se inspira quanto reforça a noção freyriana do Brasil como uma terra onde o mulatismo se manifesta nas mais diversas expressões sociais e culturais, incluindo o futebol. Além disso, analisaremos as possíveis razões por trás das escolhas narrativas feitas pelo comitê organizador e avaliaremos suas implicações na construção social das identidades nacionais brasileiras.

### **Brasil: o país da alegria e do futebol arte**

A Copa do Mundo da FIFA é um megaevento esportivo único em termos de magnitude e impacto global. Com uma audiência superior a 3 bilhões de espectadores (FIFA, 3,2 bilhões de espectadores alcançados), rivaliza com os Jogos Olímpicos de Verão em alcance internacional e investimentos financeiros, que frequentemente ultrapassam 10 bilhões de dólares (ENGERMAN, 2012). No entanto, distingue-se dos Jogos Olímpicos pelo número de cidades-sede envolvidas. Em 2014, por exemplo, o torneio foi realizado em doze cidades diferentes, demandando que o material promocional refletisse a ampla

diversidade sociocultural dessas localidades. Para assegurar coesão visual e temática, o comitê organizador central estabelece diretrizes gerais que norteiam a criação de cartazes, mascotes, lemas, músicas e cerimônias. Essas diretrizes permitem harmonizar elementos culturais distintos em uma narrativa unificada, projetando uma imagem integrada e representativa do país-sede.

Em 2014, as diretrizes estabelecidas pela FIFA e pelo comitê organizador central da Copa do Mundo se concretizaram por meio de um concurso público promovido pelos comitês organizadores locais para selecionar os cartazes das cidades-sede. Esses cartazes deveriam atender a três objetivos principais: (a) destacar a Copa do Mundo como o maior evento de futebol do planeta, (b) transmitir a emoção do torneio e (c) refletir a singularidade de cada cidade-sede (Prefeitura da Cidade de Porto Alegre, 2012; Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2012). Além disso, os cartazes precisavam alinhar-se à narrativa de um Brasil coeso e inovador.

Para concretizar essa visão, as imagens foram projetadas para vincular os anfitriões a atributos considerados centrais para a identidade brasileira segundo o comitê organizador central: futebol, alegria e uma exuberante fauna e flora. Esses elementos visuais tinham como objetivo apresentar cada cidade-sede como parte de um país descrito como a “terra da felicidade”, caracterizado por uma “natureza surpreendente” e por um “futebol vivo” (Prefeitura da Cidade de Porto Alegre, 2012; Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2012).

As diretrizes também incluíram explicações detalhadas sobre os conceitos-chave. Por exemplo, o termo “terra da felicidade” foi descrito como representando brasileiros receptivos, otimistas, alegres, simpáticos, hospitaleiros, atenciosos, apaixonados por música e celebrações, e possuidores de “uma felicidade e estilo de vida únicos”. Já o conceito de “futebol vivo” enfatizava que o Brasil, autodenominado “o país do futebol”, enxerga o futebol como sinônimo de celebração e como uma extensão das características nacionais (Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2012, p. 4).

A representação do Brasil como uma sociedade coesa e rica em diversidade cultural e ecológica, promovida pela Copa do Mundo de 2014, já foi objeto de análise em estudos prévios (MALANSKI, 2016). Nas próximas páginas, o foco será direcionado à construção histórica e aos fundamentos filosóficos das ideias

de “terra da felicidade” e “futebol vivo”. Por meio de uma análise de conteúdo visual dos cartazes e cerimônias, aliada à análise textual do lema oficial da competição, será possível identificar como os idealizadores da Copa do Mundo FIFA 2014 articularam esses mitos políticos utilizando as memórias evocadas pelo megaevento.

### **A narrativa de um Brasil mulato e dionisíaco**

Em 1872, logo após a Guerra Franco-Prussiana, Friedrich Nietzsche publicou *Die Geburt der Tragödie aus dem Geiste der Musik* (*O Nascimento da Tragédia a partir do Espírito da Música*), introduzindo a dicotomia entre o dionisíaco e o apolíneo como forças opostas - mas complementares - do espírito humano. Na obra de Nietzsche, “Apolo está associado à forma visível, ao conhecimento racional e à moderação, enquanto Dionísio está ligado ao fluxo informe, ao misticismo e ao excesso” (Smith *Apud*. Nietzsche, 2000, p. xvi). Nas artes, “Apolo é o deus das artes plásticas ou representacionais, como pintura e escultura, além de fortemente vinculado à arquitetura, enquanto Dionísio é o deus da música, uma arte essencialmente não representacional e desprovida de forma física” (SMITH *Apud*. NIETZSCHE, 2000, p. xvi).

Gilberto Freyre, um dos mais destacados intérpretes culturais brasileiros do século XX, incorporou essa alegoria em sua análise da sociedade brasileira. De acordo com Burke e Pallares-Burke (2008, p. 179), Freyre entrou em contato com a dicotomia apolínea-dionisíaca por meio de Ruth Benedict, que, por sua vez, adaptou essas categorias da obra de Nietzsche (MCGEE & WARMS, 2008, p. 2010). Benedict utilizou esses conceitos para diferenciar os índios Pueblo do sudoeste dos Estados Unidos - descritos como relativamente contidos e, portanto, apolíneos - dos outros povos indígenas americanos, considerados como apaixonadamente dionisíacos e, portanto, propensos aos excessos (BENEDICT, 1971, pp. 56–58).

Freyre utilizou essa dualidade para interpretar a brasilidade, especialmente no contexto da mestiçagem cultural. Segundo Maranhão e Knijnik, “não é exagero dizer que os textos de Freyre inauguraram uma tradição de estudos culturais nas Ciências Sociais no campo do futebol” (2011, p. 69). Para Freyre, africanos e afrodescendentes apresentavam um caráter dionisíaco,

enquanto os europeus possuíam uma natureza apolínea. Essa visão contribuiu para sua concepção de que “psicologicamente, ser brasileiro é ser mulato” (FREYRE, 1962, p. 423), ou seja, um indivíduo culturalmente híbrido, produto da fusão de etheas contrastantes – compreendidos como os traços distintivos, crenças e valores que caracterizam uma pessoa, comunidade ou nação. Essa análise permite entender como Freyre articulou a ideia de brasilidade a partir da síntese de tradições culturais diversas e, muitas vezes, opostas.

Portanto, não é surpreendente que, dentro da cosmologia de Freyre, a ideia do futebol como expressão cultural da sociedade brasileira tenha se originado após os triunfos da seleção na Copa do Mundo de 1938, na França, contra seleções europeias:

Nosso futebol mulato, com seus floreios artísticos cuja eficiência – menos na defesa que no ataque – ficou demonstrada brilhantemente nos encontros deste ano com os poloneses e os tchecoslovacos, é uma expressão de nossa formação social, democrática como nenhuma e rebelde a excessos de ordenação interna e externa; a excessos de uniformização, de geometrização, da estandardização; a totalitarismos que façam desaparecer a variação individual ou espontaneidade pessoal (FREYRE, 1962, p. 433)

Freyre, então, amplia sua análise da *mulatidade* no futebol brasileiro, estendendo-a a outras dimensões da maior nação sul-americana:

No futebol como na política, o mulatismo brasileiro se faz marcar por um gosto de flexão, de surpresa, de floreio que lembra passos de danças e de capoeiragem. Mas sobretudo de dança. Dança dionísica. Dança que permita o improviso, a diversidade, a espontaneidade individual. Dança lírica. Enquanto o futebol europeu é uma expressão apolínea de método científico e de esporte socialista em que a ação pessoal resulta mecanizada e subordinada à do todo, o brasileiro é uma forma de dança, em que a pessoa se destaca e brilha (FREYRE, 1962, p. 433).

É relevante observar que, em Nietzsche, as forças apolínea e dionisíaca, embora complementares e antagônicas (Smith Apud. Nietzsche, 2000, p. xix), manifestam-se tanto na esfera individual – dentro de uma única pessoa ou obra de arte, como nas tragédias gregas – quanto em etheas coletivos, distinguindo grupos culturais, como semitas versus arianos ou românticos versus germânicos (Smith Apud. Nietzsche, 2000, p. xiv). Em Freyre, essas categorias assumem um significado diferente. Ele utiliza Apolo e Dionísio para caracterizar dois tipos de

sociedade: os europeus, definidos pela racionalidade premeditativa e pelo cálculo matemático, e os africanos, marcados pela impulsividade e criatividade exuberante. Nesse cenário, os brasileiros emergem como um terceiro grupo, situado entre esses dois mundos. Para Freyre, “o mestiço defendido por Freyre pressupunha que o intelecto europeu e o primitivismo afro-brasileiro poderiam coexistir em uma só personalidade para formar o ‘verdadeiro brasileiro’, simbolizado pelo mulato” (MARANHÃO, 2007, p. 516).

Freyre amplifica essa narrativa dionisiaca ao descrevê-la como característica essencial da abordagem geral da vida no Brasil, presente não apenas na cultura, mas também na moda, no pensamento e na política (Freyre, 1962). Em suas análises, duas conexões destacam-se. Por primeiro, a relação dos brasileiros com as artes performáticas, ressoando a ideia nietzschiana de que “o homem deixa de ser o artista, ele se torna uma obra de arte” (Nietzsche, 2000, p. 23); em seguida, a íntima ligação entre os brasileiros e o futebol, transformando-o em mais do que um esporte: uma forma de arte performática que reflete a identidade cultural do país. Assim, Freyre reconfigura as categorias apolínea e dionisiaca para interpretar a singularidade da cultura brasileira, celebrando a mestiçagem como uma síntese criativa que permeia diversos aspectos da vida nacional.

### **Esporte, dança, drama e poesia: as fronteiras difusas do Futebol-Arte**

Pode-se argumentar que o contexto artístico no qual a mestiçagem da civilização brasileira foi mais amplamente explorada encontra-se no campo em que o impulso dionisiaco de Nietzsche é considerado mais evidente: o das artes performáticas. Não surpreendentemente, ao longo do século XX, a imagem dos sambistas tornou-se uma das principais expressões da (dionisiaca) brasilidade. No entanto, enquanto o samba – expressão artística que combina música e dança – é amplamente reconhecido como uma forma de arte performática, o futebol é amplamente classificado como esporte. Apesar dessa distinção, muitos observadores apontam para uma plasticidade estética na forma como os brasileiros jogam futebol, comparável à graça e à expressividade encontradas na dança e em outras artes performáticas (BARRETO, 2004, p. 62). Essa perspectiva deu origem, no Brasil, ao conceito de “futebol-arte”, que reflete a fusão entre o

esporte britânico e a criatividade artística, conferindo-lhe um caráter singular que transcende sua classificação tradicional.

Da Matta (1982) argumenta que, em um ambiente altamente hierárquico como o brasileiro, o futebol oferece uma via para a expressão livre e individualizada, permitindo que os indivíduos se destaquem por meio de suas habilidades pessoais. Ele observa que esse "milagre" não seria possível nas instituições rigidamente estruturadas e hierárquicas da sociedade brasileira, mas poderia emergir em esferas mais abertas à variação individual, como o futebol, o samba, o carnaval, a Umbanda e as artes em geral (p. 8–9). Essa ideia é compartilhada por Wisnik, que vê o futebol como um espaço de criação e possibilidades. Para ele, uma jogada de futebol – entendida como um plano para movimentar a bola no campo – é um evento que se emerge de um mar de possibilidades não cumpridas, um “vai e vem de lances falhados ou belos em si” (2008, p. 19). Nesse contexto, o futebol é descrito como uma “língua geral não verbal do mundo contemporâneo” (p. 399), que se abre para uma narrativa que abarca o épico, o dramático, o trágico, o lírico, o cômico e o paródico (p. 19). Assim, o futebol no Brasil transcende sua natureza de esporte para se configurar como uma arte performática, cheia de nuances e camadas de significados.

Fora da América Latina, Pier Paolo Pasolini, poeta, escritor e cineasta italiano, também via o futebol como uma forma de expressão cultural, transcendente à prática esportiva. Para ele, o futebol funcionava como um sistema de signos, uma “linguagem, ainda que não verbal” (Pasolini, 1971). Essa visão se alinha à de Freyre, no que diz respeito às diferenças culturais entre o futebol praticado no Brasil e na Europa. Nos anos 1970, Pasolini observava que o futebol alemão e inglês se assemelhava à prosa realista, enquanto o Calcio italiano era uma “prosa estética”. O futebol-arte brasileiro, por sua vez, com seus dribles criativos e sua plasticidade, que muitas vezes desafiavam a busca pelo caminho mais curto ou eficiente para o gol, era comparado à poesia (PASOLINI, 1971). Tal analogia reforça, portanto, a percepção de que, no Brasil, o futebol ultrapassaria as fronteiras do esporte, aproximando-se de uma forma de arte, com sua capacidade de evocar sentimentos e expressar uma estética única.



## **Futebol-arte e o Brasil para além de Gilberto Freyre**

Freyre não foi o primeiro a escrever sobre o excepcionalismo racial do Brasil e seus possíveis efeitos na maneira como os brasileiros jogavam futebol. Um dos relatos mais conhecidos sobre como a sociedade brasileira se diferencia de outros países devido à sua miscigenação étnica é o de Von Martius (1845/1956). Para o intelectual alemão, a sociedade brasileira se formou por meio da interação mútua, encontros, miscigenação e relações sociais entre europeus, ameríndios e africanos. Von Martius, assim, foi um dos primeiros a incluir esses dois últimos grupos étnicos como partes constitutivas da recém-formada nação brasileira.

Ao fazer isso, ele construiu um mito de excepcionalismo brasileiro, que postulava que a história e a sociedade do Brasil seriam inerentemente diferentes do resto do mundo. Esse excepcionalismo foi explicitado por Von Martius ao afirmar: “Brasil se acham estabelecidas as condições para o aperfeiçoamento de três raças humanas, que nesse país são colocadas uma ao lado da outra, de uma maneira desconhecida na história antiga” (1956, p. 441). Essa visão de uma sociedade multicultural e racialmente integrada foi fundamental para moldar a narrativa de uma identidade brasileira única, que Freyre mais tarde aprofundaria ao associar essa mistura à formação de uma cultura nacional distinta e de um comportamento específico, como o futebol.

Embora as interpretações de Freyre sobre a sociedade brasileira, incluindo suas observações sobre o futebol, não tenham surgido de forma isolada, elas certamente fundamentaram e fortaleceram certas narrativas sobre o país e seu povo. No entanto, não é fácil determinar o momento exato em que surgiu a percepção de um “modo brasileiro” de jogar futebol. No contexto doméstico, essa consciência futebolística já existia, pelo menos, desde o início do século XX (SOARES & LOVISOLO, 2003).

O estilo de jogar futebol no Brasil, com seus dribles e pouca ênfase na disciplina tática, foi inicialmente considerado exótico e não foi unanimemente aceito pela sociedade brasileira da época. Essa abordagem peculiar ao futebol dividiu a opinião da imprensa brasileira no final da década de 1920: enquanto alguns atribuíram [esse estilo] à “ignorância e infantilidade dos espectadores que valorizavam o cômico e o estético [em vez dos objetivos e do estilo do jogo inglês]”

(SOARES & LOVISOLO, 2003, p. 132), outros exaltavam o estilo brasileiro como eficiente, atraente e representativo da natureza e da tradição esportiva do brasileiro (NETTO, 1919, p. 7 Apud. SOARES & LOVISOLO, 2003, p. 134).

### **O futebol como instrumento político**

No final da década de 1930, quando Freyre apresentou suas diversas declarações sobre o caráter dionisiaco da brasilidade, o país vivia o auge do Estado Novo de Vargas. Nesse contexto, a crescente popularidade do futebol surgiu como um poderoso aliado do governo central brasileiro. À medida que o futebol se consolidava como um instrumento que permitia aos brasileiros “de todas as classes sociais, raças e crenças romper simbolicamente com as hierarquias cotidianas do país” (HELAL, 1997, p. 41), Vargas reconheceu nele uma ferramenta política de grande potencial:

Os desportos, sobretudo o futebol, exercem uma função social importante. A paixão desportiva tem poder miraculoso para conciliar até o ânimo dos integralistas com o dos comunistas ou, pelo menos, para amortecer transitoriamente suas incompatibilidades ideológicas. É preciso coordenar e disciplinar essas forças, que avigoram a unidade da consciência nacional. (VARGAS *Apud.* LYRA FILHO, 1983)

O apelo do futebol entre diferentes, e por vezes conflitantes, grupos da sociedade brasileira foi, portanto, visto como um eficiente harmonizador social. Como resultado, durante o Estado Novo, o esporte “se consolidou como um dos principais símbolos de integração nacional e uma das maiores fontes de identidade cultural do país” (HELAL, 1997, p. 50). Assim, enquanto o fandom do futebol era percebido como um mecanismo unificador capaz de atravessar diversos estratos socioeconômicos e ideológicos, as noções freyrianas de que o Brasil era um caldeirão etnocultural desempenharam um papel semelhante ao apresentar o país como uma nação jovem, mas já dotada de um caráter nacional bem definido. Consequentemente:

“a noção elaborada pelo antropólogo Gilberto Freyre, de que o Brasil era um país racial e culturalmente misto, consolidou-se como uma espécie de ideologia oficial do Estado, mantida acima das clivagens de raça e classe e dos conflitos sociais que se precipitavam na época” (SCHWARCZ, 2012, p. 325).

Desta maneira, “o futebol tornou-se o centro de uma identidade que revertia os problemas do país, como a miscigenação, em um conjunto de virtudes” (HOLLANDA, 2020, p. 7).

Poucos anos depois, em 1947, Mário Filho argumentou que o futebol desempenhou um papel central no início do processo de democratização racial no país. Para o jornalista, o futebol tornou-se a primeira arena em que afro-brasileiros entraram em um mundo do qual haviam sido previamente marginalizados (FILHO, 1964). Embora houvesse, e ainda haja, muito a ser feito em termos de igualdade étnica e inclusão social no Brasil, o significado social de ter jogadores negros representando o país em competições internacionais, às vezes demonstrando habilidades incomparáveis contra adversários europeus brancos, foi um marco para uma nação onde a escravização de afro-brasileiros foi legal até 1888 e que evitou sistematicamente representar sua população negra em eventos internacionais durante a maior parte do século XIX (MALANSKI, 2023b).

Algumas décadas mais tarde, o regime militar de 1964–1985 também enxergou no futebol e na bem-sucedida seleção brasileira ferramentas poderosas para promover o país como uma nação uniforme e unida. O futebol foi então visto como uma prova da maturidade do Brasil para sair de seu atavismo retrógrado e entrar no rol dos países de Primeiro Mundo (GUTERMAN, 2006, p. 13). Para ilustrar como, aos olhos de uma parcela da sociedade brasileira, o futebol ultrapassou o campo esportivo para alcançar um significado geopolítico maior, pode-se usar o exemplo de um grande jornal brasileiro que, ainda sob o calor da inédita terceira vitória do Brasil em Copas do Mundo, em 1970, fez uma analogia hiperbólica: “A vitória do Brasil com a bola compara-se à conquista da Lua pelos americanos” (JORNAL DO BRASIL, 22 de junho de 1970 *Apud.* GOLDBLATT, 2014).

### **A representação do Brasil mulato na Copa do Mundo FIFA 2014**

Da mesma forma que outros torneios recentes da Copa do Mundo da FIFA, a Copa do Mundo de 2014 apresentou ao público um pôster oficial principal do país-sede, bem como um de cada uma das cidades-sede do evento. O pôster oficial, projetado pela agência criativa Crama, teve como conceito criativo a ideia

de “um país inteiro a serviço do futebol - Brasil e futebol: uma identidade compartilhada” (FIFA, 2013, “Cartaz Oficial”). O resultado foi revelado em 13 de janeiro de 2013. A imagem mostrou duas pernas formadas por mosaicos representando ícones culturais de diferentes regiões brasileiras como em vitrais. Juntas, as pernas moldam a imagem do Brasil como visto em um mapa político. O pôster nacional, portanto, incorpora a ideia de união por meio do futebol, enfatizando a importância do esporte como um elemento nacional de coesão.

Quando se trata dos pôsteres das cidades-sede, cada município recebeu autonomia para criar um método de seleção de sua imagem. Como vimos no início deste artigo, as cidades deveriam selecionar as fotos por meio de diretrizes e conceitos que o comitê organizador nacional emitiu anteriormente. Embora todas as doze cidades-sedes pareçam ter seguido os conceitos centrais recomendados (ou seja, que o Brasil deve ser apresentado como uma terra de felicidade, lar do futebol animado e de uma natureza surpreendente), algumas se concentraram mais em um conceito específico do que outras.

Duas das cidades-sede – Rio de Janeiro e Recife – escolheram cartazes que se concentram principalmente no conceito do Brasil como a terra do futebol, favorecendo a representação dos aspectos artísticos do futebol. No cartaz da cidade do Rio de Janeiro, pode-se ver um mulato equilibrando uma bola na nuca. Esse truque de futebol, conhecido como *neck stall*, raramente é visto no futebol profissional, sendo mais comumente associado ao *Free-Style Football* – uma prática conhecida como “a arte de fazer truques com uma bola de futebol” (Free Style Football Federation, “History”). Uma maneira tão lúdica e esteticamente atraente de jogar com a bola é relativamente popular entre os cariocas e pode ser vista em muitas praias do Rio de Janeiro. A imagem, portanto, se relaciona com a ideia de futebol-arte e reforça o mito de que os brasileiros jogam futebol de forma mais criativa do que os europeus.

O pôster da cidade do Recife exibe muitas cores diferentes sobre um fundo cheio de luz dourada. O amarelo da imagem — sem dúvida uma referência turística ao sol da capital pernambucana e suas praias arenosas — justaposto com cores semelhantes a arco-íris pretende transmitir o que o comitê local chamou de “a essência de uma cidade litorânea cheia de movimento, arte e felicidade” (FIFA, Destino Recife). No centro do pôster está a imagem de um homem que

simultaneamente joga futebol e dança frevo, deixando um rastro colorido semelhante a um arco-íris para trás. Como vimos, a ideia do ethos cultural brasileiro influenciando como diferentes povos praticam o esporte é recorrente na tradição freyriana. Dança, música e futebol seriam as expressões máximas da mulatidade brasileira (FREYRE, 1962, p. 433). Portanto, não é de se surpreender que diferentes gerações de jogadores da seleção brasileira tenham sido internacionalmente apelidadas de Meninos do Samba (KARAGEORHIS & TERRY, 2009, p. 16).

É importante notar que tanto o samba quanto o frevo estão profundamente enraizados na cultura afro-brasileira, dialogando, portanto, com a alegoria de Freyre de uma nação dionisíaca. No entanto, enquanto o samba é amplamente considerado um ritmo nacional, o frevo é uma dança regional e estilo musical de Pernambuco. O pôster de Recife foi, portanto, particularmente eficaz em representar como a cultura local, com todas as suas peculiaridades, é inserida em um contexto nacional maior pela cultura afro-brasileira em geral e pela música, dança e futebol (dionisíacos) em particular.

Além disso, a pele clara do jogador de futebol/dançarino e seu uniforme laranja e azul – as cores da seleção holandesa de futebol – remete ao mito da fundação da identidade de Pernambuco. No século XVII, a vitória da população local sobre a ocupação holandesa da região serviu como um marco na construção de um senso de pernambuquismo e brasilidade por meio da derrota de um inimigo comum. Como o samba e o frevo são ritmos que compartilham uma origem afro-brasileira comum – e as narrativas dos sambistas e jogadores de futebol de frevo estão ambas relacionadas ao modo dionisíaco de praticar o esporte (ou seja, habilidade sobre disciplina, graça e alegria sobre firmeza e poder) – o cartaz do Recife reforça a percepção de Freyre de que todos os brasileiros são psicologicamente mulatos, independentemente da cor da pele (Freyre, 1962, p. 432).

Finalmente, as formas semelhantes a humanos que aparecem nos cartazes de São Paulo, Natal, Fortaleza, Porto Alegre, Cuiabá e Brasília têm tons de pele irrealistas, são multicoloridos ou têm sua tez escondida. Pode-se argumentar, portanto, que os comitês queriam enfatizar a origem mista de suas populações ou evitar definir um único tom de pele como a epitomização geral de seus habitantes.

### **All in one rhythm/ Juntos num só ritmo – slogan oficial do Brasil 2014**

Como de costume, a Copa do Mundo FIFA 2014 teve seu slogan tornado público anos antes do início da competição. Em 30 de maio de 2012, a FIFA revelou o lema ‘All in one rhythm/ Juntos num só ritmo’. O slogan de um megaevento deve resumir, em poucas palavras, qual é a principal mensagem que o país-sede quer transmitir. Assim, no caso da Copa do Mundo FIFA 2014, uma das primeiras leituras da mensagem é a da diversidade e união por meio do esporte.

Não se deve ignorar a história de conflitos e desigualdades do Brasil – originários de questões relacionadas a dualidades como branco/negro, senhor/escravizado, homem/mulher, rico/pobre, burguês/proletário, sul/norte e urbano/agrário – para entender por que o comitê organizador queria enfatizar a ideia de uma sociedade coesa na mensagem endereçada ao público nacional. Internamente, o slogan da Copa do Mundo FIFA 2014 foi um convite a todos os grupos no Brasil para abraçar a competição e esquecer as tensões sociais baseadas nas divisões históricas ou contemporâneas. Para os organizadores da Copa do Mundo FIFA 2014, no que diz respeito à narrativa institucional, o futebol (em geral) e a copa do mundo (em particular) são dois elementos que podem consertar a sociedade brasileira, borrando as linhas de identidades socioeconômicas distintas.

Durante a apresentação do lema da Copa do Mundo da FIFA, o ministro dos esportes do Brasil na época – Sr. Aldo Rabelo – descreveu o slogan como um incentivo aos “brasileiros e visitantes internacionais (...) para explorar o novo ritmo do Brasil: o ritmo da unidade e da diversidade, o ritmo da inovação, o ritmo da natureza, o ritmo do futebol e o ritmo da cultura brasileira” (RABELO *Apud*. MALANSKI, 2016, p. 1529). Pode-se achar notável que o comitê organizador tenha escolhido o ritmo – ‘um forte padrão de sons, palavras ou notas musicais que é usado em música, poesia e dança’ (Dicionário de Cambridge, Rhythm) – como a arena simbólica na qual os brasileiros e visitantes internacionais se reuniriam durante a competição.

Na mitologia grega, tanto Apolo quanto Dionísio têm uma ligação intrínseca com a música. No entanto, de acordo com Nietzsche, “a música de Apolo era arquitetura dórica renderizada em som”, enquanto “no ditirambo

dionisiaco todas as faculdades simbólicas do homem são estimuladas ao mais alto tom de intensidade” (NIETZSCHE, 2000, p. 6). Portanto, embora Nietzsche não despreze a tradição grega em relação à conexão entre Apolo e ritmo, ele considera a música em todo o seu esplendor uma arte dionisiaca. Como Apolo e Dionísio incorporam dois impulsos antagônicos e complementares que foram usados como forças dicotômicas para ilustrar o ethos contrastante entre ariano/semita, germânico/românico etc., o ritmo surge como um elemento universal que é comum a ambos os deuses gregos.

A música está presente em praticamente todas as sociedades do mundo, seja como um elemento ritualístico/cerimonial ou como uma atividade cultural geral. No entanto, a música é executada de uma ampla variedade de maneiras: com diferentes instrumentos, estéticas diversas e significados culturais distintos. Suponha que se retirem todas as características localmente construídas da música, letras e melodias e instrumentos culturalmente determinados. Nesse caso, tudo o que resta é a base mais rudimentar e universal da música: o ritmo, a linguagem universal que pertence tanto a Apolo quanto a Dionísio – a base primária que se deve seguir para se encaixar em uma canção como dançarino ou como membro de uma banda.

Mesmo que o uso de tal alegoria que vincula o conceito de ritmo como um elemento coeso entre as sociedades apolínea e dionisiaca possa não ter sido intencional, não se pode negar que, dentro de um contexto ocidental, o Brasil é geralmente considerado uma nação dionisiaca – especialmente se comparado a suas contrapartes europeias. Portanto, o entendimento geral de que os brasileiros trouxeram abordagens mais deslumbrantes para a música e a dança inadvertidamente conecta sua identidade nacional ao conceito de ritmo (dionisiaco) – aquele que Nietzsche descreve como quase inebriante (NIETZSCHE, 2000, p. 22). O slogan *all in one rhythm* pode, portanto, ser entendido como um convite ao público global e aos turistas para se deixarem levar pelo estilo de vida e alegria de viver brasileiros descritos por Freyre.

### **O retrato de um Brasil mulato na abertura televisiva da Copa**

Entre as produções audiovisuais criadas para a Copa do Mundo de 2014, destaca-se a abertura televisiva, um vídeo de 50 segundos concebido como

elemento de transição entre intervalos comerciais e partidas transmitidas globalmente. O vídeo começa com o garoto jogando futebol em uma favela com vista para o Pão de Açúcar e a Baía de Guanabara. A representação dessa paisagem icônica, reconhecida por suas linhas curvas e sinuosas em contraste com cores vibrantes – criações naturais que impressionaram visitantes desconhecido e ilustres (DARWIN, 1840, p. 32) –, consolidou-se, desde o período pré-republicano, como um dos principais cartões-postais do Brasil. Não é por acaso que o Pão de Açúcar e a Baía de Guanabara adquiriram o status de ícones nacionais. Além de sua localização estratégica – um ponto de referência para aqueles que, historicamente, chegavam de barco à então capital do Brasil –, sua estética combina uma profusão de elementos naturais: o mar em constante movimento, as praias inicialmente ocupadas por pescadores e posteriormente transformadas em espaços de lazer para banhistas, a vegetação tropical exuberante, e as formações rochosas de linhas curvilíneas que parecem desafiar as leis da física. Tal composição termina, portanto, por reforçar a ideia de um Brasil dionisíaco por natureza.

Na mesma linha, no canto direito do vídeo, é possível ver uma favela romantizada, com cores vivas e linhas estruturais fantásticas. A decisão de mostrar as favelas do Rio de Janeiro como um dos principais ícones do país pode ter sido controversa. Se, por um lado, as favelas há muito tempo ultrapassaram seu significado original de último recurso habitacional para pessoas em situação de pobreza e se tornaram não apenas peculiaridades estéticas da cidade, mas também um dos principais símbolos do Rio de Janeiro, sua existência e representação — por outro lado — são lembretes constantes das questões de desigualdade e pobreza no Brasil. A escolha por enfatizar as cores vibrantes e as curvas marcantes das favelas reflete a vontade do Comitê Organizador de projetar uma imagem do Brasil como uma nação dionisíaca, onde a exuberância visual e a celebração da vida se sobrepõem às adversidades sociais. Essa abordagem se conecta à estética mais ampla da narrativa do vídeo, que busca harmonizar elementos urbanos e naturais, como o Pão de Açúcar e a Baía de Guanabara, em uma composição idealizada que evoca um país alegre, criativo e em comunhão com sua natureza. Ao adotar essa representação, a campanha tentou reforçar a ideia de um Brasil vibrante e acolhedor, alinhando-se às estratégias de inclusão



social e legado frequentemente evocadas nos discursos associados a grandes eventos esportivos como a Copa do Mundo.

No contexto da Copa do Mundo de 2014, a ideia de um Brasil dionisíaco transcende as linhas provocantes e as cores exuberantes das favelas estilizadas na abertura televisiva do evento. Se “toda construção é produto de condições socioculturais” (VALE 2008, 3), a representação da arquitetura de monumentos e edifícios públicos nacionais – em sua maioria projetados por Oscar Niemeyer (responsável por nada menos que dez edifícios apresentados na abertura)<sup>4</sup> – acrescenta uma dimensão simbólica ao material de divulgação como ferramenta de construção identitária nacional. Nesse sentido, as linhas curvas e os planos abertos, materializadas através da obra de Niemeyer, tornam-se símbolos físicos de uma cultura que busca ser única ao se contrastar com as demais.

Niemeyer percebia a sua importância para a expansão e o fortalecimento do conceito de brasilidade construído através do século XX. Prova disso é o fato que o arquiteto definia a estética de sua obra como a negação da arquitetura clássica europeia, marcada por ângulos retos e uma rigidez apolínea (não por acaso o deus grego é comumente ligado à arquitetura). Niemeyer buscava, portanto, uma estética que pode ser considerada dionisíaca, uma arquitetura que persiste dialogar com formas sinuosas encontradas tanto no território quanto no povo brasileiro.

Essa procura fica clara na maneira, hoje célebre, através da qual o arquiteto explicava o caráter singular de sua arquitetura:

“Não é o ângulo reto que me atrai, nem a linha reta, dura, inflexível, criada pelo homem. O que me atrai é a curva livre e sensual, a curva que encontro nas montanhas do meu país, no curso sinuoso dos seus rios, nas ondas do mar, no corpo da mulher preferida. De curvas é feito todo o universo, o universo curvo de Einstein.” (NIEMEYER & BURBRIDGE, 2000, 62).

Essa preferência por “curvas sensuais” em detrimento de linhas retas dentro do contexto do modernismo brasileiro – através do mito do mulatismo cultural brasileiro do século XX - transformou a obra de Niemeyer na expressão máxima da brasilidade na arquitetura.

---

<sup>4</sup> Os edifícios projetados por Oscar Niemeyer que aparecem na animação são: os seis prédios da Esplanada dos Ministérios, o Congresso Nacional, a Catedral Metropolitana ‘Nossa Senhora Aparecida’, o Museu Nacional da República e o Museu Oscar Niemeyer.

Esse aspecto da obra Niemeyer levou alguns arquitetos e acadêmicos a verem um forte caráter dionisíaco em suas criações (Koch, Marcus & Steen 2010, 43), um impulso que foi entendido como uma tentativa decolonial, semelhante à do modernismo brasileiro:

Se a figura loosiana do cavalheiro inglês encarnava 'o estilo verdadeiramente moderno' da Europa apolínea, Niemeyer encontrou na figura erotizada da mulher brasileira de ascendência africana, a mulata, a encarnação do espírito dionisíaco da brasilidade, que ele empregou para desafiar a retórica racionalista e funcionalista do modernismo europeu doutrinário e infectar as importações 'civilizatórias' com o que era percebido como o primitivo tropical e irracional, de acordo com a estratégia antropofágica anticolonialista do modernismo brasileiro (PHILIPPOU, 2013, 11).

### **‘Juntos num só coração’ – o tema de abertura da Copa**

A abertura televisiva apresenta representações culturais e sociais adicionais que reforçam a narrativa do país como uma nação dionisíaca. Em São Paulo, a cena foca em uma partida de futebol de rua realizada sobre as calçadas de pedras do centro da cidade, dispostas em um padrão que remete ao formato do estado. Dois homens de tons de pele distintos ocupam o centro da narrativa: o jogador de pele escura dribla seu adversário com movimentos fluidos e elegantes, evocando a leveza de uma dança e encantando a multidão que assiste. Essa representação não apenas exalta a diversidade racial do Brasil, mas também evoca o mito do futebol como expressão cultural caracterizada pela espontaneidade, criatividade e emoção coletiva. Já no nordeste do país, simbolizado por uma praia, a narrativa destaca corpos bronzeados jogando futevôlei — uma fusão de futebol e vôlei inventada no Brasil. Essa prática é frequentemente associada ao “espírito inovador do brasileiro,” como descrito pelo então Ministro do Esporte, Aldo Rebelo (FIFA, 2012). Gilberto Freyre, por sua vez, chamou esse espírito de “mulatismo brasileiro”, destacando a miscigenação e a criatividade como elementos centrais da identidade nacional.

Uma trilha sonora elaborada exclusivamente para o evento acompanha a narrativa visual durante o vídeo. Utilizando um software de identificação musical, foi possível determinar que a composição envolveu vários artistas, embora o software não identifique seus nomes. A canção incorpora diversos elementos característicos do samba, como o ritmo binário (2/4) dos tambores e o uso de

instrumentos tradicionais, como a cuíca – um tambor de fricção africano trazido durante a época do Brasil Colônia e amplamente associado às escolas de samba cariocas. As letras da música são, em grande parte, desprovidas de significado explícito, e a melodia é conduzida por vozes que se entrelaçam com o ritmo percussivo, criando assim uma atmosfera envolvente.

A canção pode ser dividida em três momentos distintos: (1) a introdução; uma voz feminina canta à Capella enquanto a animação foca no rosto do protagonista (um menino carioca com a camisa da seleção brasileira). A voz vai crescendo em intensidade e criando uma expectativa para os eventos seguintes. Esse trecho se repete ao longo da música, funcionando como uma espécie de refrão principal sobrepondo-se às batidas dos tambores e os vocais de fundo que surgem posteriormente. O interlúdio (2) surge com vozes masculinas cantando em harmonia no mesmo momento em que o vídeo mostra interior do Brasil. Posteriormente, essas vozes são incorporadas como parte do fundo vocal do refrão. O clímax da canção (3) é o único trecho em que as letras possuem significado explícito. Em uníssono, diferentes vozes de brasileiros de diversos gêneros e idades entoam o verso “unidos num só coração.” Esse verso, ouvido apenas uma vez, precede o clímax visual da animação, quando uma multidão celebra um gol marcado pela seleção brasileira no estádio da Fonte Nova em Salvador. As batidas dos tambores acompanham as palavras desse trecho e reaparecem no final da animação, quando luzes saem dos estádios para formar o logotipo da Copa do Mundo.

Portanto, a frase “Unidos num só coração” assume um papel central na abertura por trazer um sentido mais explícito à canção – e, conseqüentemente, à competição – e por demarcar o início do clímax do vídeo. Após esse momento, a trilha sonora intensifica-se, ao som de rugidos da torcida e de notas de cuíca, culminando em uma apoteose carnavalesca com confete caindo dos céus. A escolha do termo “coração” é especialmente significativa. Em português, além do sentido literal como órgão vital, a palavra é amplamente usada de forma metafórica para simbolizar emoções e sentimentos. No contexto da animação, a frase carrega um duplo significado: um convite ao povo brasileiro para vivenciar a competição com paixão e emoção, e uma tentativa de projetar a imagem de uma nação unificada pela paixão pelo futebol e pela seleção nacional. Essa mensagem

ganha ainda mais relevância diante do contexto político em que a Copa do Mundo de 2014 ocorreu, já que, meses antes do evento, protestos em várias capitais brasileiras criticaram os governos vigentes e os gastos associados à competição. Desta maneira, além de um apelo emocional à ideia de um país unido pelo futebol, o vídeo também pode ser entendido como um elemento estratégico que servia à agenda política do governo, buscando amenizar as tensões sociais e reforçar a identidade nacional em torno do evento.

### **Brasil: uma fantasia tropical. As cerimônias da Copa do Mundo FIFA 2014**

As cerimônias de abertura e encerramento da Copa do Mundo de 2014 refletiram a imagem do Brasil como uma terra de exuberância tropical, associada ao imaginário ocidental de um lugar relaxante, distante das tensões cotidianas. Esse cenário, em que o país é descrito como parte da "fantasia tropical", foi fortalecido pela escolha de elementos culturais que remetem ao caráter dionisíaco do Brasil, como a celebração de sua natureza vibrante e da cultura popular, especialmente no futebol e na música. A cerimônia de abertura culminou em uma festa pancultural, com crianças representando os países participantes, dançarinos folclóricos e figuras da flora brasileira, todas unidas pelo "ritmo" do futebol. Este momento simbolizou a união e diversidade do país, reforçando a ideia de que o futebol é uma expressão de alegria e coletividade (MALANSKI, 2016, p. 1533).

A cerimônia de encerramento, realizada no Maracanã, no Rio de Janeiro, abordou de maneira mais explícita dois aspectos fundamentais da cultura dionisíaca brasileira: o Carnaval carioca e o futebol-arte. A performance teatral colocou dois jogadores de futebol estilo livre, representando os times finalistas (Alemanha e Argentina), em um duelo simbólico para conquistar uma figura feminina representando a taça, vestida de dourado. Este momento foi interpretado por alguns como mais "brasileiro" do que a cerimônia de abertura, devido à sua ênfase nos elementos culturais tipicamente brasileiros (Malanski, 2016, p. 1533).

No entanto, a cerimônia de encerramento também gerou controvérsias, especialmente pela objetificação da mulher brasileira, em particular da mulata,

figura central na narrativa dionisiaca brasileira. A representação da mulher como troféu a ser conquistado por dois homens brancos e estrangeiros, através da competição futebolística, trouxe à tona questões de gênero e etnia na sociedade brasileira. O estereótipo da mulata como um símbolo de beleza física é um tema recorrente no discurso público, refletindo a sexualização da mulher brasileira na mídia e em outros espaços culturais. Moraes Rial observa que os mulatos são frequentemente estereotipados como exemplos de habilidade física e mental, enquanto as mulatas são associadas à beleza, um estereótipo reforçado pela propaganda internacional do Brasil, especialmente nas décadas de 1970 a 1990, como uma terra de exotismo e erotismo (GOMES, 2011).

Esse processo de objetificação das mulheres e da perpetuação de uma narrativa de brasilidade vinculada à sensualidade e ao futebol masculino pode ser visto como uma forma de manter um status quo “heteronormativo e sexista”, conforme destacado por Andrada Bandeira e Seffner (2013, p. 246). Ao usar a figura da mulata como metáfora para a taça e associá-la à conquista no futebol, o comitê organizador da Copa de 2014 ajudou a reforçar os estereótipos de gênero e a imagem de um Brasil onde a mulher é, em grande parte, definida por sua aparência física e seu papel no contexto de um espetáculo esportivo.

## **Conclusão**

Embora não se deva desconsiderar o papel do futebol como cimento social no Brasil – unindo a nação por meio do orgulho e do fanatismo esportivo – assim como a plasticidade esteticamente atraente das expressões culturais populares brasileiras, Roland Barthes nos lembra que os mitos são sistemas de signos que, em última instância, “transformaram a cultura pequeno-burguesa em natureza universal” (1987, p. 7). Alguns mitos, portanto, podem “promover e prometer mais do que [refletem a realidade]” (BOUCHARD, 2014, p. 39). Em função de sua natureza teleológica, os mitos sociais priorizam o propósito que servem em vez da causa que os origina, sendo frequentemente usados – e revisitados – para forjar identidades coletivas por meio da criação de narrativas que justificam a diferença e a excepcionalidade de um povo.

A alegoria de Freyre, que considera o futebol brasileiro um reflexo da ontologia imaginada dos brasileiros, tornou-se um pilar acadêmico importante

para a consolidação do futebol-arte como expressão da brasilidade. A percepção de que a sociedade brasileira se distingue de grande parte do mundo ocidental pela forma como diferentes povos se misturaram no país precede tanto a analogia Apolo/Dionísio de Freyre quanto a chegada do futebol ao Brasil. Embora essa narrativa dicotômica esteja mais presente em círculos acadêmicos, seu significado social vai muito além dos campi universitários e das redações especializadas, sendo reproduzida até por aqueles que não estão familiarizados com o texto original de Freyre ou com as figuras simbólicas de Apolo e Dionísio.

Da mesma forma que a percepção de Nietzsche sobre os dois deuses gregos foi amplamente adotada por socio-antropólogos para explicar culturas contrastantes, a adaptação futebolística de Freyre vai além de apenas sinalizar as diferenças entre o futebol brasileiro e o europeu. Ela também desempenha um papel na definição regional do futebol nacional, especialmente em relação aos rivais locais, como Uruguai e Argentina, e na criação de alegorias contrastantes inspiradas em identidades regionais. O futebol mais duro, pouco atraente, mas competitivo, associado ao sul do Brasil, contrasta com o futebol “verdadeiramente brasileiro”, praticado em outras partes do país, exemplificando a hegemonia dessa alegoria no futebol e em outras áreas da vida. Além disso, enquanto a narrativa de um futebol mulato, esteticamente agradável e semelhante a uma dança, ajudou a suavizar a resistência à participação de afro-brasileiros no esporte, ainda existem grupos marginalizados por uma tradição que masculiniza o futebol.

Embora os comitês organizadores da Copa do Mundo FIFA de 2014 tenham retratado com sucesso o Brasil como uma nação multicultural e demonstrado consciência racial em diversas obras de arte da competição, as cerimônias pouco fizeram para desafiar a percepção de que o futebol no Brasil é uma prática quase exclusivamente masculina. A objetificação da porta-bandeira na cerimônia de encerramento, por sua vez, pareceu reforçar discursos profundamente enraizados e enviesados de gênero, como a ideia de que o Brasil é o paraíso das mulatas.

Por fim, o mito do ímpeto dionisíaco inerente à sociedade brasileira foi, em última instância, utilizado na Copa do Mundo FIFA de 2014 para promover o Brasil como um lugar extraordinário para sediar o evento. Ao apresentar o país

como uma utopia tropical – onde as pessoas celebram o futebol e, de forma mais ampla, o amor pela vida – os arquitetos da Copa não apenas buscaram atrair turistas, mas também validar a importância de sediar o torneio para o povo brasileiro. Dentro desse contexto, a ideia de que o apreço pelo futebol é algo intrínseco a todos os brasileiros e que essa paixão sustenta o próprio tecido social da nação pode ser vista como uma forma de justificar o enorme fluxo de capital envolvido na realização de um megaevento em um país emergente, marcado por desigualdades socioeconômicas alarmantes.

### Referências

BANDEIRA, Gustavo Andrada, & SEFFNER, Fernando. Futebol, gênero, masculinidade e homofobia: um jogo dentro do jogo. **Espaço Plural**, UNIOESTE, v.14, n.29, p. 246–270, jul-dec, 2013.

BARRETO, Túlio Velho (2004). Gilberto Freyre: o futebol arte. **Revista USP**, USP, v.62, n1, p. 233–238, jun-ago, 2004.

BARTHES, Roland. **Mythologies**. Paris: Éditions Points Seuil, 1987.

BENEDICT, Ruth. **Patterns of culture**. Londres: Routledge. 1971.

BERTHO-LAVENIR, Catherine. (2012). Au-delà du folklore: le festival interceltique de Lorient. **Ethnologie française**, v.42, n.4, p. 719–731.

BLACK, David Ross, & NAURIGHT, John. **Rugby and the South African nation**: Sport, cultures, politics, and power in the old and new South Africa. Manchester: Manchester University Press, 1998.

BOUCHARD, Gérard. **Raison et déraison du mythe**: au cœur des imaginaires collectifs. Montreal: Éditions du Boreal, 2014.

BUARQUE, Daniel (2015). One country, two cups—The international image of Brazil in 1950 and in 2014: A study of the reputation and the identity of Brazil as

projected by the international media during the two FIFA World Cups in the country. **International Journal of Communication**, USC Annenberg, v.9, n.1, p. 1300–1318, 2015.

HOLLANDA, Bernardo B. B de (2020). In the land of “football-art”: football books, national identity and the building of imagined communities in modern Brazil. **Papeles del Ceic – International Journal on Collective Identity Research**, v.1, p. 1–18.

BURKE, Peter, & PALLARES-BURKE, Maria Lúcia. **Gilberto Freyre: Social theory in the tropics**. Lausanne: Peter Lang., 2008.

Cambridge Dictionary. Rhythm. Acesso em 2 mar. 2022, <https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/rhythm>

DA MATTA, Roberto. Notes sur le futebol brésilien. **Le débat**, Gallimard, v.19, n.2, p. 68–76, fev. 1982.

DARWIN, Charles **Journal of Researches into the Geology and Natural History of the Various Countries visited by HMS Beagle**, under the Command of Captain Fitzroy from 1832 to 1836. Londres: Henry Colburn, 1840.  
ENGERMAN, Stanley (2012). Hosting the Olympics and the World Cup: What price prestige. **ReVista**, the Harvard Review of Latin America, Harvard, v.11, n.3, p 74–76, 2012.

FIFA. Destination Recife. Poster. Acesso em: 13 jun. 2016. <http://es.fifa.com/worldcup/destination/cities/city=6099/according-to-football.html>

FIFA. FIFA World Cup reached 3.2 billion viewers. Acesso em: 6 dez. 2021. <https://www.fifa.com/worldcup/news/2014-fifa-world-cuptm-reached-3-2-billion-viewers-one-billion-watched-2745519>

FIFA. (2013). Official Poster. Acesso em: 12 dez. 2021. <https://www.fifa.com/worldcup/news/official-poster-1997402>



FILHO, Mário. (1964). **O Negro no Futebol Brasileiro**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

FREE STYLE FOOTBALL FEDERATION. History. Acesso em: 4 abr. 2016.  
[www.thewffa.org](http://www.thewffa.org)

FREYRE, Gilberto. Foot-ball mulato. **Diário de Pernambuco**, Recife, 17 de junho de 1938, p. 4.

FREYRE, Gilberto. **Sociologia**. São Paulo: José Olympio, 1962.

GOLDBLATT, David. **Futebol nation** – a footballing history of Brazil. Nova Iorque: Penguin Books, 2014.

GOMES, Mariana Selister. O marketing turístico e o reposicionamento da imagem do brasil no mundo: uma análise do plano aquarela da embratur. **Tourism & Management Studies**, Cinturs, v. 7, n.1, p. 579–588, 2011.

GULLAR, Ferreira. Amanhã será pleno. Depoimento a José Wolf. **Revista Arquitetura e Urbanismo**, n.15, p. 31-40, dez-jan. 1987.

GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil** [Tese de Doutorado]. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2006.

HEINZ HOUSEL, Teresa. Australian nationalism and globalization: Narratives of the nation in the 2000 Sydney Olympics' opening ceremony. **Critical Studies in Media Communication**, Routledge, v.24, n.5, p. 446– 461, 2007.

HELAL, Ronaldo. **Passes e impasses** – futebol e cultura de massa no Brasil. São Paulo: Vozes, 1997.

HOBBSAWM, Eric. **Nations and nationalism since 1780**: Program, myth, reality. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

KARAGEORGHIS, Costas & TERRY Peter. The psychological, psychophysical, and ergogenic effects of music in sport: A review and synthesis. In A. J. Bateman, & J. R. Bale (Eds.), **Sporting sounds: Relationships between sport and music** (p. 18–36). Londres: Routledge.

KOCH, Daniel, MARCUS. Lars. & Steen, Jesper. Of Glass and Concrete. **Proceedings of the 7th International Space Syntax Symposium** (p. 9-14). Stockholm, KTH, 2010.

LYRA FILHO, João. **Introdução à psicologia dos desportos**. Rio de Janeiro: Record, 1983.

MALANSKI, Daniel, & FERNÁNDEZ PEÑA, Emílio. A Mulatto Brazil—the narrative of the Dionysian character of Brazilian society in the 2014 FIFA World Cup. **National Identities**, Routledge, n.25, v.4, p. 423-439, 2023a.

MALANSKI, Daniel. A aniquilação simbólica dos afro-brasileiros pelo Império do Brasil nas Exposições Universais (1867-1889). **Fênix-Revista de História e Estudos Culturais**, UFU, jul.-dez., n.20, v.2, p. 399-420, 2023b.

MALANSKI, Daniel. A reviravolta estética do Brasil: de nação emergente a pária internacional. **Significação: Revista de Cultura Audiovisual**, USP, v. 49, no. 57, p. 198-214. 2022.

MALANSKI, Daniel. As narrativas sobre os indígenas brasileiros nos megaeventos mundiais do século XXI. **Revista Extraprensa**, USP, jul.-dez., v.13, n.1, p. 208-226, 2019.

MALANSKI, Daniel. ‘Juntos num só ritmo’: FIFA world cups of 1950 and 2014 as milestones of Brazil’s advances towards regional representation within Brazilian-ness. **Sport in Society**, Routledge. v.19, n.10, p. 1518– 1536. 2016.

MARANHÃO, Tiago. Apollonians and Dionysians: The role of football in Gilberto Freyre's vision of Brazilian people. **Soccer & Society**, Routledge, v. 8, n.4, p. 510–523, 2007.

MARANHÃO, Tiago & KNIJNIK, Jorge. Futebol mulato: Racial constructs in Brazilian football. **Cosmopolitan Civil Societies Journal**, Informit. v. 3, n.2, p. 55–71, 2011.

MCGEE, Jon & WARMS, Richard. **Anthropological theory, an introductory history**. Nova Iorque: McGraw Hill Higher Education, 2008.  
MITCHELL, Jasmine. Spectacles of multiculturalism: Brazilian national identity, FIFA, and hegemonies of whiteness at the 2014 World Cup ceremonies. **Sport in Society**, Routledge, v. 26, n. 9, p. 1492-1511. 2023.

RIAL, Carmen S. (2001). Racial and ethnic stereotypes in Brazilian advertising. **Antropologia em Primeira Mão**, UFSC, v. 44, p.1–23, 2001.  
NETTO, Américo. Football: Inovação brasileira. **Sports**, n.1, v.1. 1919.

NIEMEYER, Oscar & BURBRIDGE, Izabel M. **The Curves of Time: the Memoirs of Oscar Niemeyer**. Nova Iorque: Phaidon, 2000.  
NIETZSCHE, Friedrich. **The Birth of Tragedy**. Oxford: Oxford University Press, 2000.

NUSSBAUM, Martha. Objectification. **Philosophy and Public Affairs**, Wiley. v. 24, n.4, p. 249–291, 1995.

OCKE, Marco. Marca e Imagem de um País: Considerações sobre a Copa do Mundo de 2014 e a Promoção do Brasil. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, Uninove, v.2, n.2, p. 95-120, 2013.  
PASOLINI, Pier Paolo. Il calcio è un linguaggio con i suoi poeti e prosatori. **Il Giorno** v. 3, no. 1, 1971.

PFISTER, Gertrud. Lieux de memoire/sites of memories and the Olympic Games: an introduction. **Sport in Society**, Routledge, v. 14, n.2, p. 412–429, 2011.

PHILIPPOU, Styliane. Oscar Niemeyer: 1907–2012. **arq: Architectural Research Quarterly**, Cambridge University Press, 17(1), p. 9-14, 2013.

PREFEITURA DA CIDADE DE PORTO ALEGRE. (2012). Anexo 1. Copa do Mundo de 2014. Diretrizes dos Pôsteres das Sedes. Secretaria da SECOPA. Acesso em: 6 de out. 2021.  
[http://lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/portal\\_pmpa\\_novo/usu\\_doc/anexo\\_i\\_diretrizes\\_dos\\_posteres.pdf](http://lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/portal_pmpa_novo/usu_doc/anexo_i_diretrizes_dos_posteres.pdf).2012

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. (2012). Concurso de seleção nº 001/12 – Centro Carioca de Design. Acesso em: 11 de jun. 2021.  
[http://www.rio.rj.gov.br/patrimonio/pastas/concursos/edital\\_poster\\_fifa\\_final.pdf](http://www.rio.rj.gov.br/patrimonio/pastas/concursos/edital_poster_fifa_final.pdf)

SCHWARCZ, Lilia. **O Espetáculo das Raças**. Cientistas, Instituições e Questão Racial no Brasil, 1870-1930. São Paulo: Companhia das Letras. 2012.

SIMAI, Szilvia. Three fantasies of nation. In Silvia Simai, & Derek Hook (Eds.), **Brazilian subjectivity today: Migration, identity and xenophobia** (p. 19–35). Eduvim, 2013.

SOARES, Antonio Jorge & LOVISOLO, Hugo Rodolfo. Futebol: A Construção Histórica do Estilo Nacional. **Revista Brasileira de Ciencias do Esporte**, CBCE, v. 25, n. 1, p. 129–143, 2003.

TOMLINSON, Alan & YOUNG, Christopher (org.) **National identity and global sports events: Culture, politics, and spectacle in the Olympics and the football World Cup**. Nova Iorque: Suny Press, 2006.

VALE, Lawrence. **Architecture, Power and National Identity**. London: Routledge, 2008.

VON MARTIUS, Karl Friedrich Philipp. Como se deve escrever a História do Brasil. **Revista de História de América**, n. 42, p. 433–458, 1956.

WISNIK, José Miguel. **Veneno Remédio: o Futebol e o Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.