

ECCE HOMO NA GRANDEZA DO MITO QUE IMPREGNA A PRÁTICA DESPORTIVA

José Brás, PhD



Cidefes

Centro de Investigação em Desporto,
Educação Física, Exercício e Saúde



UNIVERSIDADE
LUSÓFONA

É usual traduzir o mito por explicação errada dos fenômenos, da natureza, da vida... Está conotado com o absurdo, algo que pertence ao domínio do irracional. Quando algo nos parece que não é verdadeiro, tendemos a dizer que é um mito. É usual traduzir o mito por mentira. Na atualidade, o seu estatuto é muito baixo. Por isso, é um conceito que está estigmatizado por estar ligado à falsidade. Se nos posicionarmos a partir das teorias evolucionistas da cultura, o mito está conotado com as mentes primitivas.

Mas será que nos podemos descartar de forma tão simplista de um conceito tão complexo? Será que o homem pode erradicar o mito da sua vida? Se é algo errático, porque será que todas as civilizações tiveram as suas mitologias? Como se explica que todas as culturas procurem no mito a sua força explicativa para poderem viver? Neste sentido, a partir de um enfoque hermenêutico da cultura, **procuraremos interpretar a importância do mito na vida do homem e compreender a sua relação com a prática da atividade física e desportiva.**

O homem penetra no mistério através dos mitos.

O homem é o único animal que pergunta. A sua capacidade para se interrogar sobre si mesmo, os outros, o universo, o que aqui anda a fazer, pode conduzi-lo a respostas desconcertantes, enquanto questionador e questionado. O homem retrata-se no que disse Santo Agostinho nas suas Confissões, entendidas estas como libertação da verdade, ao levantar a pergunta “Quem sou? Como sou?” e expressando a sua dificuldade em compreender inteiramente o que é ¹.

O enigma, o mistério, as não respostas levam o homem a um estado de perturbante insatisfação. Volvidos alguns séculos, a inquietação sobre o que é a vida não se apagou nem se reduz apenas aos que têm preocupações teológicas, mantêm-se igualmente presentes nos homens ligado à ciência. Nurse², prémio nobel da medicina, responde a esta questão dizendo que “Tenho refletido sobre esta pergunta durante grande parte da minha vida, mas não é fácil encontrar uma resposta satisfatória”. A nossa pequenez sobre o conhecimento da inimaginável vastidão da vida e do universo é assustadora. Por isso, diz-nos o físico e investigador internacional de grande notoriedade Rovelli³ que “A ciência é, acima de tudo, uma exploração apaixonada de novas formas de pensar o mundo. A sua força não reside nas certezas que proporciona, mas sim numa aguda consciência da extensão da nossa ignorância.” E esclarece dizendo que é essa consciência que nos leva a duvidarmos do que sabemos e nos possibilita continuar a aprender. Procuramos as certezas que não temos e isto marca a diferença entre o homem e o animal.

Os animais encontram a sua segurança no instinto. O homem, no dizer de Moltmann⁴, é um filho abandonado da natureza. Ele não vem apetrechado como a formiga, o inseto, a abelha... para dar as respostas necessárias. **O homem procura na**

expressão das diferentes facetas do mito, quer dizer, na interpretação que faz da realidade por fábulas, nas narrativas e nos rituais que aciona, nos mecanismos de significação do sistema mágico-totêmico que projeta, procura ganhar a segurança instintiva que lhe falta. Curiosamente é nesta carência em que assenta o seu inacabamento inicial que está a sua capacidade criadora. **Perante a complexidade da natureza, o mito surge como uma necessidade do homem se situar no mundo.**

Paul Ricoeur ⁵ sublinha que a nossa relação com a falha da realidade é de ordem simbólica, cumprindo o mito esta função por meio específico da narração. O mito não nasce do nada. O mito nasce do “barro” da cultura e ilustra episódios da vida. E em cada cultura a sua expressão simbólica carrega valores que contém conotações afetivas, o que lhe dá um elevado poder de sedução ⁶. Mas, cada cultura tem os seus mitos e podem centrar-se sobre diversos aspetos da vida. Através dos mitos podemos ver como uma sociedade sonha. O mito é, pois, um sistema de comunicação ⁷. É uma narrativa simbólica que expressa uma conceção e a inquietação do homem na vida, contém algo enigmático. Como o homem não consegue viver no caos da confusão, o mito transporta a sabedoria que lhe serve de guia ⁸.

Desde sempre o homem procurou reter uma perspetiva diáfana da realidade. Para que a realidade tivesse um sentido e significado, o homem socorreu-se do mito para explicar através do poder da personificação de Deuses, heróis... a complexidade e o mistério da nossa relação com a vida, com a natureza, com a sociedade... Com isto o homem pretende sintonizar com tudo o que o rodeia para que a vida lhe corra bem. Enquanto metáfora, o mito visa animar, potencializar e motivar cada um, segundo um sistema de valores. **Por isso, o pensamento mítico surge relacionado com o desejo, com o querer que as coisas aconteçam de certa maneira. Neste sentido, surgem os rituais para dar força à realização dos comportamentos desejados.** E são vistos como o mito tornado ação. Através da repetição destas ações mágicas, o homem ganha controlo sobre a situação e a segurança que carecia, através da manipulação das forças do bem. Assim, o homem fala com o mundo, expressa a sua afetividade e imaginação, atribuindo-se a si próprio um lugar e sentido no mundo.

É preciso não cairmos na cilada de pensarmos que podemos ter uma leitura imediata e total da realidade. Como diz o notável investigador Rovelli ⁹, a realidade não é o que parece. Este esforço de leitura da realidade leva Levi-Strauss ¹⁰ entre outros, a dizer-nos que “A ciência nunca nos dará todas as respostas”. E porque a própria ciência muda de paradigmas, Bachelard ¹¹ refere que o espírito científico “é essencialmente uma retificação do saber, um alargamento dos quadros do conhecimento”. Daí que, autores como Roger Bastide, Georges Dumézil, Malinowski, Levi-Strauss, Roger Callois, Mircea Eliade, Nietzsche, Freud, Jung, Gilbert Durand... chamem a nossa atenção para a necessidade de sermos cuidadosos na valorização que fazemos da interpretação da realidade.

Os mitos estão na “alma” desportiva.

A nossa relação com a realidade é inevitavelmente de ordem mítica.

Acrescenta o facto de vivermos hoje uma certa “irrealidade” provocada pelo que Guy Debord¹² chamou de sociedade do espetáculo e Baudrillard¹³ de sociedade de consumo. A sociedade da imagem é uma consequência da sociedade de consumo e surge como um novo discurso imerso e amplificado pelas novas tecnologias. Este processo de significação produz efeitos de sentido, particularmente na sociedade de consumo como a nossa. O “estou vendo” substitui o “eu compreendo”¹⁴.

Apesar das crises iconoclásticas e mitofágicas, assistimos no tempo atual ao regresso em força do mito. Vivemos uma cultura dominada pela imagem. É preciso considerar que a imagem é muito contagiosa, é muito mais viral do que a escrita e a fala. A imagem é tomada como realidade e a realidade torna-se imagem.

Baudrillard¹⁵ refere-se a esta questão dizendo que os media têm um papel decisivo na produção de narrativas que criam uma ilusão, os espetáculos mediáticos produzem uma nova realidade, uma hiper-realidade. O show da vida é imagem, um mundo de simulacro que joga muito com a aparência e a sedução. Esta estetização da realidade promove investimentos imaginários e libidinais que fazem a colonização do inconsciente. O arquétipo cultural ou o mito do herói aparece em grande força na sociedade da imagem. Eles criam visões que influenciam os nossos comportamentos. Jung¹⁶ refere que eles estão incrustados no inconsciente coletivo e projetam-se na nossa vida sob a forma de imagens, sonhos, símbolos ou até narrativas. Isto quer dizer que o nosso comportamento é influenciado pelo inconsciente coletivo.

Acontece que a mitologia desportiva está cheia de símbolos e deuses. Esta realidade não povoou só a Grécia Antiga, pois, na sociedade contemporânea, verificamos também histórias de deuses-heróis que simbolizam a axiologia desportiva. Eles servem de modelos para todos, relacionando o natural e o sobrenatural¹⁷. **É impossível expulsar os mitos porque eles estão impregnados na “alma” desportiva. Os mitos contam histórias que podem ser usados para induzir formas de comportamento. Através de figuras mitológicas, de histórias e narrativas de deuses-heróis, chamem-se eles Apolo e Zeus ou Messi e Ronaldo, pretende-se dar uma mensagem, um exemplo a seguir. Com a personificação atleta-deus, elegem-se as qualidades (valores) que servem de poder motivador para animar a vida e potencializar o ser. O atleta é eleito como um novo herói, um superdotado, sendo as suas qualidades colocadas acima dos outros homens. O atleta transforma-se em mito quando se transforma em modelo.**

A grandiosidade do espetáculo desportivo, exacerbado pela sociedade do espetáculo e pela a cultura de massa de que nos fala Debord¹⁸, injeta a magia de mitologizar o atleta. Para Barthes, a media serve de suporte para a fala mítica. Desta forma, os heróis terrenos são elevados e aproximados aos heróis divinos. **O culto da performance, bem publicitado pela prática desportiva, pretende tirar partido do**

capital simbólico que explora, fazendo uma aproximação entre o sagrado e o profano. A utopia da autorrealização, materializada no desejo de ser mais, vai alimentar-se no imaginário fantasioso, procurando com a “descolagem da terra” realizada com o esforço de superação, levar à aproximação com os deuses. **A performance simboliza a incorporação das qualidades superiores a que só os gênios dos deuses têm acesso. O desejo de glória precisa de uma força moral para aprimorar a performance. A mente desportiva forja-se neste imaginário e desperta o desassossego necessário à superação, transformando cada um num novo herói.**

A mitologia desportiva funciona como uma pedagogia existencial virtuosa, levando cada um a cuidar-se, a responsabilizar-se pelo governo de si, a cuidar da sua imagem, da sua vida. O desporto é um mito que simboliza esta aventura, um desafio empreendedor que coloca a juventude a sonhar, numa vertigem de autossuperação compulsiva. Daqui resulta a sua função pedagógica, pois ensina a viver de uma determinada maneira. De tal modo é assim, que o mito desportivo extravasou as suas fronteiras e alastrou-se pela sociedade. Ehrenberg¹⁹ “«Sois performant!»: voici l'injonction qui est intimée à chacune et à chacun d'entre nous. La performance a envahi notre quotidien, et elle est désormais partout: scolaire, professionnelle, artistique, sexuelle...”. Por isso, muitos treinadores são hoje chamados a fazer conferências no domínio empresarial. Para Camplèll²⁰, **a sociedade precisa de heróis porque precisa de imagens que magnetizem os comportamentos individuais numa determinada direção e para que tenham alguém com quem se identificar. O desporto cumpre bem essa função. Todo este imaginário mitológico desportivo mobiliza o atleta interior que existe em cada um de nós²¹. Neste sentido, podemos dizer que os mitos incitam atualmente as pessoas à prática da atividade física.**

Conclusão

O mito faz parte da cultura e esta constrói o homem. Esta questão não pode ser ignorada ou menosprezada. Produto da imaginação e da afetividade merece um maior cuidado e atenção na sua análise pela importância que exerce sobre os nossos comportamentos. A mitologia desportiva invade o nosso imaginário e faz-nos sonhar. Por consequência, ela afeta a nossa percepção. Isto é importante considerar porque, como refere Lipton²², “A ciência de transdução de sinal reconhece que o destino e o comportamento de um organismo está diretamente relacionado com a percepção deste do ambiente.” O efeito da percepção pode ser designado por efeito da crença. O efeito placebo utilizado na medicina convencional vem-nos dizer que devemos prestar alguma atenção a esta relação. Não são só os genes que controlam a nossa vida. De certo modo, a vida também é controlada pelas nossas crenças. Efetivamente, existem crenças limitadoras, mas o contrário também pode ser verdadeiro. Na década de 80 realizaram-se cinco colóquios visando ultrapassar o dualismo cartesiano e estabelecer o diálogo da ciência com o mito, cruzando diferentes áreas do conhecimento – Córdova (1979); Fez (1983); Washington (1984); Tsukuba e Veneza (1986). Gilbert Durand²³, a grande referência desta problemática do imaginário na

sua expressão discursiva do mito, tem dado um grande contributo para esta compreensão. Igualmente, muito devemos a Jung ao nível da psicanálise, e a Bachelard na epistemologia, a valorização que fizeram do símbolo e da imagem. É na simbolização que atua o poder mítico da imaginação, é aqui que se joga a projeção da liberdade humana, o desejo de ser no horizonte do possível. **O nosso imaginário está povoado de heróis. A mitologia desportiva coloca o homem a sonhar e com isso desperta-o para a prática da atividade física. Parafraseando Callois²⁴, diremos que “O mito representa, para a consciência, a imagem de um comportamento de que ela sente o pedido insistentemente”.**

Referências Bibliográficas

1. Agostinho, S. Confissões. Editora Vozes; 1987:189
2. Nurse, P. O que é a vida. Amadora; 2021:9
3. Rovelli, C. Anaximandro de Mileto ou o nascimento do pensamento científico. Edições 70; 2020:14.
4. Moltmann, J. O homem. Edições Paulistas; 1976:15.
5. Ricoeur, P. O conflito das interpretações. Rés Editora; s/d:288.
6. Novaski, A. Mito e racionalidade filosófica. In: Moraes, R. (Org.). As Razões do mito; Papyrus; 1989:23-30
7. Barthes, R. Mitologias. Bertrand Brasil; 2001:131
8. Malinowski, B. (1988). Magia, Ciência e Religião. Edições 70;1988.
9. Rovelli, C. A realidade não é o que parece. Contraponto; 2019.
10. Levi-Strauss. Mito e significado. Edições 70; 1981.
11. Bachelard, G. (1996). O novo espírito científico. Edições 70;1996.
12. Debord, G. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto; 1997.
13. Baudrillard, J. A Sociedade de Consumo. Edições 70;1995.
14. Debray, R. Vida e morte da imagem: uma história do olhar no Ocidente. Vozes;1993.
15. Baudrillard, J. Tela total/mito: ironias da era do virtual e da imagem. Sulina; 1997.
16. Jung, C. Os arquétipos e o inconsciente coletivo. Editora Vozes; 2002.
17. Bancroft, A. As origens do sagrado. Editorial Estampa;1991.
18. Debord, G. A sociedade do espetáculo. Contraponto;1997.
19. Ehrenberg, A. Les rencontres sciences Po Bordeaux / Sud Ouest – Sciences Po Bordeaux. Grand oral. dossier de presse alain ehrenberg.pdf ; 2015 :41
20. Campbell, J. & Moyers, B. O poder do mito. São Paulo: Palas Athena;1991:147.
21. Millman, D. O Atleta Interior: Como Atingir a Plenitude do Seu Potencial Físico e Espiritual. Pensamento; 2007.
22. Lipton, B. A biologia da crença. Sinais de Fogo; 2008:14.
23. Durand, G. A imaginação simbólica. Edições Arcádia; 1997.
24. Callois, R. O mito e o homem. Edições 70;1980: 63.

- Ficha Técnica -

TÍTULO

Mitos vs. Factos no Desporto, Educação Física, Exercício e Saúde

AUTORIA

Centro de Investigação em Desporto, Educação Física, Exercício e Saúde (CIDEFES),
Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (ULHT)

COORDENAÇÃO EDITORIAL

António L. Palmeira, Inês Santos

COMPILAÇÃO E REVISÃO

Eliana V. Carraça, Hugo V. Pereira, Marlene N. Silva, Pedro B. Júdice

COLABORAÇÃO

Ana Paulo, Ana Sousa, António Lopes, António L. Palmeira, Catarina N. Matias, Diogo S. Teixeira, Eduarda Sousa-Sá, Eliana V. Carraça, Filipe Casanova, Francisco Carreiro da Costa, Hugo V. Pereira, Inês Santos, Joana Barreto, João R. Pereira, João Valente-dos-Santos, José Brás, José P. Morgado, João Barreira, Lúcia Gomes, Luís M. Massuça, Luís F. Monteiro, Marlene N. Silva, Micaela Matos, Miguel Betancor, Paulo Cunha, Pedro Aleixo, Pedro Figueiredo, Pedro B. Júdice, Pedro Sequeira, Rute Santos, Sara Pereira, Sidónio Serpa, Sónia Vladimira Correia, Vanessa Santos

Abril 2022 © CIDEFES, ULHT

COMO CITAR O E-BOOK: CIDEFES, ULHT. Mitos vs. Factos no Desporto, Educação Física, Exercício e Saúde (CIDEFES, ULHT, ed.). Lisboa; 2022

COMO CITAR ESTE ARTIGO: Brás, J. Ecce Homo na grandeza do mito que impregna a prática desportiva. In CIDEFES, ULHT. Mitos vs. Factos no Desporto, Educação Física, Exercício e Saúde (CIDEFES, ULHT, ed.). Lisboa; 2022