

## O papel do Desporto na Sociedade: uma oportunidade para as Relações Públicas?

César Neto  
Escola Superior de Comunicação Social  
(ESCS- IPL) – www.escs.ipl.pt

### **Abstract**

O presente artigo assenta na ideia de que o jogo, nomeadamente o desporto, desempenha um papel relevante na sociedade vigente. Baseado em revisão de literatura de várias áreas científicas, pretende analisar-se a relação entre desporto e sociedade. Toda esta análise tem como objetivo perceber se o desporto, devido ao seu papel na sociedade, pode ser uma mais-valia para a comunicação das organizações.

O jogo e os seus princípios marcam profundamente os tipos de sociedade, como também são influenciados pela sociedade. Nem todos os jogos têm um papel civilizador, mas a verdade é que continuam a ter uma grande importância na sociedade (cf. Callois, [1958] 1990).

O jogo é de imensa importância para o jogador, mas também para os espectadores, que o vivem tão ou mais intensamente do que o jogador. Isto é visível principalmente nos jogos que implicam aplicação, conhecimento, habilidade, coragem e força, onde a tensão sentida pelo jogador se transmite para o espectador (cf. Huizinga, [1938] 2003).

Um exemplo deste tipo de jogo é o Desporto. O Desporto envolve uma maior tensão devido ao elemento *Agôn* e à presença constante do desejo de vitória. Quando se compete, compete-se «por», «em» e «com» alguma coisa, facto que afeta os atletas, mas também os espectadores (cf. Huizinga, [1938] 2003).

Vivemos numa sociedade onde cada vez mais pessoas utilizam uma parte considerável do seu tempo de lazer a participar ou a assistir a confrontos desportivos, onde cada vez mais pessoas sentem “prazer, quer como atores ou espectadores, em provas físicas e confrontos de tensões entre indivíduos ou equipas, e na excitação criada por estas competições” (Elias, [1985] 1992: 40).

Para além disso, o facto de os atletas serem vistos como heróis, adquire grande importância na sociedade moderna. As funções míticas dos desempenhos desportivos são a base [ou pelo menos fortalecem] da força de atração do desporto para os atletas e o seu fascínio para os espectadores. Este carácter mítico atribuído aos desportistas e aos desempenhos desportivos faz com que o Desporto exerça uma grande influência social. O Desporto é visto como uma visão moderna das lutas dramáticas e os atletas são vistos como heróis, com

os quais os espectadores se identificam (cf. Barthes in Lenk, 1990).

Percebe-se assim o potencial comunicativo do Desporto. O desempenho mais elevado conseguido apresenta um fascínio e uma provação para todos, é algo apelativo e que representa a superação e a corporificação do desejo de eternidade e de deixar uma marca.

Entende-se que, tendo em conta a relevância social, política e cultural do Desporto, este pode desempenhar um importante papel nas estratégias de Relações Públicas. Nesse sentido, este artigo abre então portas para que os académicos e profissionais de Relações Públicas reflitam sobre o papel e a importância que o Desporto pode ter nas estratégias de Relações Públicas das organizações.

**Palavras-chave:** *Jogo, Desporto, Sociedade, Relações Públicas*

### **Introdução**

Para se analisar o papel do Desporto na Sociedade é importante começar por abordar o conceito de jogo. Depois aprofundar-se-á este conceito, analisando o papel social e cultural do jogo, bem como o papel mais específico do Desporto, desde a Grécia antiga até à sociedade moderna. Por fim, explicar-se-á porque é que o Desporto poderá ser uma oportunidade e desempenhar um importante papel nas estratégias de Relações Públicas.

### **1. O jogo**

O jogo é uma atividade/ocupação, livre e voluntária, fonte de alegria e divertimento. É delimitada no espaço e tempo; incerta pois é impossível determinar o seu desenrolar e prever o resultado; improdutiva; regulamentada de acordo com regras precisas, arbitrarias, irrecusáveis, que são livremente aceites; ou fictícia, ficando claro que as duas últimas características tendem a excluir-se mutuamente. A regra é respeitada voluntariamente por todos, logo não favorece nem lesa ninguém, estão todos em pé de igualdade (Cf. Caillois, [1958] 1990 e Huizinga, [1938] 2003).

Desenvolve-se dentro de uma esfera muito própria, é uma ocupação cuidadosamente isolada da realidade. O jogo “é uma atividade livre, conscientemente exterior à vida «normal», um aspeto «não sério» da vida, mas que, ao mesmo tempo, absorve intensa e completamente o jogador” (Huizinga, [1938] 2003: 29).

O entusiasmo e o arrebatamento presentes estão muito relacionados com o “prazer de vencer o obstáculo, mas um obstáculo arbitrário, quase fictício, feito à medida do jogador e por ele aceite” (Cf. Caillois, [1958] 1990: 18).

### **2. O papel do jogo na cultura e na sociedade**

Todo o jogo é social e tem influência na cultura e na sociedade. Não existe jogo individual, pois ao jogarmos,

dialogamos direta ou indiretamente com outros atores sociais, mesmo quando estes não se encontram presentes. “Deixaríamos rapidamente de nos divertir, se acaso não houvesse nem concorrentes nem espetadores, por imaginários que fossem” (Caillois, [1958] 1990: 59).

O jogo assume um papel de grande importância na construção de um sistema de relações sociais (Cf. Caillois, [1958] 1990). Huizinga ([1938] 2003) refere mesmo que a cultura emerge sob a forma de jogo, vê o jogo como um fenómeno cultural. É através dos jogos que a sociedade exprime a sua interpretação da vida e do mundo. O jogo é, simultaneamente, liberdade e invenção, fantasia e disciplina. “O jogo exerce fascínio; é «encantador», é «cativante». Está investido das mais nobres qualidades que somos capazes de reconhecer às coisas: o ritmo e a harmonia” (Huizinga, [1938] 2003: 26).

Segundo Huizinga, todas as importantes manifestações da cultura são dele decalcadas, sendo tributárias do espírito de procura do respeito pela regra e do desapego que ele origina e mantém (Cf. Huizinga, [1938] 2003).

Huizinga ([1938] 2003) refere ainda que o jogo se assume imediatamente como fenómeno cultural. Uma vez jogado, permanece na memória e quando transmitido, torna-se tradição, parte da cultura (Cf. Huizinga, [1938] 2003).

No entanto, Huizinga ([1938] 2003) não quer “dizer com isto que o jogo se transforma em cultura, mas sim que, nos seus primórdios, a cultura assume o carácter de jogo e que se desenvolve dentro dos moldes e do espírito do jogo” (Huizinga, [1938] 2003: 65).

Já Caillois ([1958] 1990) partilha da ideia base de Huizinga ([1938] 2003), ou seja, que existe uma influência do jogo na cultura, até porque “o que revelam os jogos não é diferente do que revela uma cultura. Os impulsos primários coincidem” (Caillois, [1958] 1990: 86).

No entanto, Caillois ([1958] 1990), apesar de defender algumas ideias comuns a Huizinga ([1938] 2003), defende que o jogo e os seus princípios devem marcar profundamente os tipos de sociedade, como também são influenciados pela sociedade. “O espírito do jogo é essencial à cultura, embora jogos e brinquedos, no decurso da história, sejam efetivamente os resíduos dessa cultura” (Caillois, [1958] 1990: 80).

Em suma, a questão de quem precedeu quem, ou seja, o jogo ou a cultura, não tem muita importância, pois ambos são operações complementares, que se foram influenciando mutuamente. Qualquer instituição funciona, em parte, como um jogo. Os impulsos são os mesmos nos dois mundos (Cf. Caillois, [1958] 1990).

“É evidente que pretender definir uma cultura a partir, simplesmente, dos seus jogos seria uma operação arrojada e provavelmente enganadora” (Caillois, [1958] 1990: 88), até porque cada cultura conhece e pratica jogos completamente diferentes, e que nem todos têm a mesma

influência cultural, alguns até chegam a “ridicularizar” os princípios e valores base da sociedade.

“Já tinha notado que nem todos os jogos são igualmente férteis e que uns, mais que outros, fomentam a evolução da arte, da ciência e da moral, na medida em que obrigam ao respeito pela regra, à lealdade, ao autodomínio e à generosidade, ou exigem mais cálculo, imaginação, paciência, habilidade ou vigor. Mas agora encontra jogos vazios, jogos nulos, que nada exigem do jogador, e que são simples e estéril desperdício do tempo livre” (Caillois, [1958] 1990: 215).

No entanto, o jogo continua a ter uma grande importância na sociedade. Caillois ([1958] 1990) aprofunda ainda a influência do jogo na sociedade, referindo que a sociedade é baseada nos princípios da competição, do mérito, ou em alguns casos da sorte e que os jogos de competição, como já acontecia na Grécia Antiga, têm um papel civilizador (Cf. Caillois, [1958] 1990).

Caillois ([1958] 1990) defende ainda que o jogo estimula o jogador e exige que este explore as suas capacidades, a sorte, o zelo, a audácia de arriscar e a prudência de calcular. Implica disciplina e perseverança, exige atenção, lealdade para com o adversário, inteligência e resistência nervosa e que o jogador consiga encontrar e/ou inventar uma solução dentro das regras definidas (Cf. Caillois, [1958] 1990).

“É no «ato» de jogar que o Homem alcança o vértice da sua capacidade inventiva, da sua libertação face ao determinismo na inimidade mútua e da necessidade crua” (Huizinga, [1938] 2003: 14).

O jogo ajuda também a disciplinar os instintos, o que sem esta influência dos jogos, poderia conduzir a consequências negativas. Para além destes aspetos, promove intensas transformações em todo o desenvolvimento social, cultural, motor e psicológico das pessoas que se encontram imersas nesta atividade (Cf. Caillois, [1958] 1990).

No entanto, a relação e influência do jogo varia consoante o seu tipo:

“Os jogos de competição conduzem ao desporto, os jogos de imitação e de ilusão prefiguram as religiões do espetáculo. Os jogos de azar e de combinação estiveram na origem de vários desenvolvimentos das matemáticas, do cálculo de probabilidades à topologia. É assaz evidente: o panorama de fecundidade cultural dos jogos não deixa de ser impressionante. A sua contribuição ao nível do indivíduo não é menor. Os psicólogos reconhecem-lhes um papel vital na história da auto-afirmação da criança e na formação da sua personalidade” (Caillois, [1958] 1990: 15).

Caillois ([1958] 1990), tendo em conta a extensão e variedade dos jogos, tenta categorizá-los e divide os jogos em quatro rubricas, conforme predomine, nos

jogos considerados, o papel da sorte, do simulacro, da vertigem ou da competição, que são as seguintes categorias respetivamente: *Alea*, *Mimicry*, *Ilinx* e *Agôn'* (Caillois, [1958] 1990: 56).

O *Agôn* é o tipo de jogo que interessa analisar neste artigo. Baseia-se na ambição de triunfar unicamente devido ao mérito numa competição regulamentada. Esta categoria inclui os jogos que surgem sob a forma de competição,

“[...] como um combate em que a igualdade de oportunidades é criada artificialmente para que os adversários se defrontem em condições ideais, susceptíveis de dar valor preciso e incontestável ao triunfo do vencedor” (Caillois, [1958] 1990: 33).

Explorando então o *Agôn*, este “apresenta-se como a forma pura do mérito pessoal e serve para o manifestar” (Caillois, [1958] 1990: 35). Este tipo de jogo encontra a sua forma perfeita nos jogos e desportos de competição e nos jogos e desportos de destreza (ex: alpinismo), onde os vencedores, mesmo sem se defrontarem diretamente, não deixam de participar num concurso para alcançar o melhor resultado. Nos jogos de competição, o vencedor aparece como sendo o melhor numa determinada categoria de proezas.

### 3. Competição e Desporto

“Cada uma das categorias fundamentais do jogo apresenta assim aspetos socializantes que, dada a sua amplitude e estabilidade, adquiriram direito de cidadania na vida coletiva. Para o *Agôn*, essa forma socializada é, essencialmente, o desporto” (Caillois, [1958] 1990: 62). De acordo com Huizinga ([1938] 2003) podemos incluir a competição na categoria de jogo sem qualquer hesitação, pois a competição reúne todos os aspetos formais e grande parte das características funcionais do jogo, apesar de todas as particularidades (Huizinga, [1938] 2003).

Neste artigo, a análise basear-se-á nas características formais do jogo, logo é claro que o desporto é uma competição e que se rege pelos princípios base do jogo. No entanto, surgem várias questões quando se fala de desporto profissional, e é necessário ter em conta que se pode ter desporto amador ou recreativo (considerados como jogo de acordo com as definições de Caillois e Huizinga), mas também o desporto profissional, onde o jogo para o atleta deixa de ser um jogo e passa a ser um trabalho, embora continue a ser visto como um jogo pelo espectador (Cf. Huizinga, [1938] 2003 e Caillois, [1958] 1990).

Caillois ([1958] 1990) refere mesmo que as pessoas

1 Podem existir jogos que não sejam abrangidos nestas categorias, uma vez que estas designações não alcançam por inteiro todo o universo do jogo. E estas posturas básicas que presidem aos jogos, nem sempre se encontram isoladamente.

que se sustentam materialmente pelos jogos, como os desportistas, não podem ser considerados como jogadores, na verdade são profissionais, e o jogo para elas é trabalho em todos os seus aspetos funcionais e valorativos (Cf. Caillois, [1958] 1990).

Mesmo nesta situação, o desporto mantém as principais características do jogo, partilha as suas especificações do jogo de competição e o seu papel cultural e social. No entanto, tem também características próprias. Como refere Garcia (1994), “a fronteira entre jogo, a essência do desporto, e desporto é bastante ténue” (Garcia, 1994: 58) e “não existe propriamente um alfa do desporto, nenhum momento do qual se possa afirmar que acabou o jogo (quer o biológico quer o cultural) e começou o desporto” (Garcia, 1994: 59).

Interessa então analisar, em específico, o papel social e cultural do desporto. Para isso, a história contada pelo etnólogo Hugo Bernatzik é um exemplo da importância que o desporto pode assumir.

Nesta história, os britânicos proibiram a caça à cabeça no Bornéu, o que terá causado nos nativos atingidos por esta decisão uma depressão coletiva e um retrocesso nos nascimentos. Os britânicos não desistiram e tentaram proibir novamente a caça, e desta vez a decisão não teve consequências negativas. Porque é que agora correu tudo bem? Porque os britânicos introduziram o futebol e só depois proibiram a caça (Apel, 2007: 186).

Mas qual será o papel social e cultural do desporto na atualidade? Segundo Carrito e Carvalho, vivemos numa “(...) sociedade do lazer, onde as atividades físicas em geral, e o desporto, em particular, assumem um papel determinante, como fator de manutenção e de reforço humano no seu sentido mais puro e mais nobre: a libertação do corpo... a alegria do movimento... a harmonização das capacidades mentais com as capacidades motoras, a competitividade sadia consigo e com os outros...” (Carrito & Carvalho, 1998: VIII).

O desporto é visto como uma atividade de lazer que contribui ativamente para o bem-estar e saúde, valores cada mais relevantes para a sociedade moderna.

Segundo Norbert Elias, o desporto contribui para o conhecimento da sociedade (Cf. Elias, [1985] 1992), até porque vivemos numa sociedade onde cada vez mais pessoas utilizam uma parte considerável do seu tempo de lazer a participar ou assistir a confrontos desportivos, onde cada vez mais pessoas sentem “prazer, quer como atores ou espectadores, em provas físicas e confrontos de tensões entre indivíduos ou equipas, e na excitação criada por estas competições” (Elias, [1985] 1992: 40).

No entanto, o desporto envolve uma grande tensão devido ao elemento *Agôn* e à presença constante do desejo de vitória. Quando se compete, compete-se «por», «em» e «com» alguma coisa, facto que afeta os atletas, mas

também os espectadores (Cf. Huizinga, [1938] 2003). Na competição desportiva séria, no desporto profissional, ao contrário de outros jogos, é mais difícil aceitar um comportamento de “cavalheiro” em alternativa à vitória, a luta e o desejo pela vitória sobrepõem-se muitas vezes ao *fair-play*, à justiça (Cf. Apel, 2007). Pode verificar-se a importância da vitória para o desporto profissional através das declarações do treinador de Basquetebol Bil Musselman: “Defeat is worse than death, because you have to live with defeat” e dos treinadores de futebol Allen e Brown “Everytime you lose, you die a little bit” (in Apel, 2007: 181). Contudo, é importante perceber que mesmo no desporto profissional não é apenas a vitória que interessa, que, tal como no jogo puro, interessa a forma como se ganha. Para demonstrar esta realidade, pode analisar-se o caso do jogo de Futebol da taça de Inglaterra entre o Arsenal de Londres e o Sheffield United, em 1999. Neste jogo, o Arsenal ganhou devido a um golo marcado após uma jogada em que a equipa adversária tinha mandado a bola para fora para que fosse feita a assistência a um jogador lesionado. Na reposição de bola, os jogadores do Arsenal não a devolveram à equipa adversária, como costuma ser feito por uma questão de *fair-play*, e marcaram golo nessa jogada. Perante esta situação, o treinador do Arsenal, o francês Arsene Wenger, pediu à Federação Inglesa de Futebol para repetir o jogo, pois não se podia considerar vencedor tendo ganho com um golo marcado de uma forma que não considerava ser justa. Apesar da importância da vitória, a questão moral do jogo continua a ter grande pertinência. Segundo Austin, “quando analisamos o desporto como prática moral, lutamos pela excelência atlética e pela vitória, mas estamos numa luta ainda maior e mais importante, uma luta pela excelência moral” (Austin, 2013: 21). Apesar de as regras das competições desportivas fazerem parte de um mundo de jogo fictício, para o jogador e para o espectador este mundo “possui uma função alegórica e por isso também uma função pedagógica no que diz respeito à *fairness* a ser praticada conforme à justiça da vida real” (Apel, 2007: 178), logo o desporto, tal como o jogo, devido à importância que tem para a sociedade, pode ter um papel formativo, educativo, pedagógico e também influenciador junto dos espectadores. Neste sentido, uma das principais funções do desporto deve passar por cultivar e demonstrar virtude moral e intelectual. Certos valores morais estão incorporados dentro das tradições e estruturas do desporto. Assim sendo, o desporto tem potencial para o desenvolvimento de alguns valores como equidade, desportivismo, humildade, prudência, coragem, auto-controlo, justiça, e respeito pelas pessoas, valores que estão profundamente enraizados em muitos desportos. Valores que ajudam a

compreender o papel que o desporto pode desempenhar no cultivo de um carácter de excelência (Cf. Austin, 2013). Em suma, a verdade é que a competição, o desporto e o elemento agónico, como referido na análise da importância do jogo, estão muito presentes na atividade social do Homem desde sempre. Indo mais longe e analisando o caso grego, verifica-se que quando se elimina o *Agôn* da vida grega, “deparamos logo com o abismo pré-homérico caracterizado pela horrível selvajaria do ódio e pelo prazer do extermínio” (Filipe, 2003: 24). O *Agôn*, a competição, funcionavam em prol do bem-estar do todo. “Para os antigos, a finalidade da educação agonística era, em última análise, o bem-estar do todo, da sociedade estatal” (Filipe, 2003: 22). De acordo com Huizinga ([1938] 2003), “Não restam dúvidas de que os poucos séculos da cultura grega em que a competição reinou como princípio supremo da vida da sociedade também correspondem à emergência dos grandes jogos sagrados (...), mas nem por isso deixa de ser verdade que o espírito de competição dominou a cultura helénica antes e depois desses séculos” (Huizinga, [1938] 2003: 91). Não se defende aqui que o princípio de competição deve estar presente como elemento principal da cultura, nem se defende que o ideal é o que acontecia nesta época na Grécia, onde tudo era motivo para competição, até se competia para ver quem bebia mais e quem ficava mais tempo acordado. Este pensamento podia levar a um esquecimento das coisas sérias da vida. No entanto, o “impulso agónico não se perde, porque é inato” (Huizinga, [1938] 2003: 122). É óbvio que não se pode desprezar a sua importância em qualquer sociedade antiga e moderna. Eric Dunning afirma que “até hoje nenhuma sociedade humana existiu que não tivesse algo de equivalente ao desporto moderno.” (Dunning, [1985] 1992: 15). Contudo, com o processo de desenvolvimento de uma civilização, a sociedade tornou-se mais séria e o jogo foi relegado para segundo plano, sem perder, contudo, preponderância na sociedade, principalmente quando falamos de jogos de competição. Atualmente, este facto é visível pela necessidade que o homem tem em participar em concursos, pelo poder do desporto, pela importância das grandes competições desportivas, entre outros aspetos. Verifica-se mesmo que “o desporto, enquanto função social, tem vindo a alargar o seu campo de ação a novas áreas” (Huizinga, [1938] 2003: 219). As formas básicas de competição desportiva têm-se mantido constantes ao longo dos tempos, no entanto há outras formas de competição que evoluíram de modo voluntário no sentido de se tornarem desportos, como os jogos com bola. Mas o receio de Huizinga ([1938] 2003) é que, com a sistematização e regulamentação apertada do

desporto, se perca o seu carácter primitivo de jogo, aspeto que pode ser observado com clareza na distinção entre amadores e profissionais (Cf. Huizinga, [1938] 2003).

Verifica-se uma contaminação do que é o jogo:

“O que era prazer torna-se ideia fixa; o que era evasão torna-se obrigação; o que era divertimento torna-se paixão, obsessão e fonte de angústia. Está corrompido o princípio do jogo. É também preciso atendermos a que tal não se deve à existência de batoteiros ou de jogadores profissionais, mas unicamente ao contágio da realidade. No fundo, não há adulteração do jogo, o que há é erro e desvio de uma das quatro impulsões primárias que presidem ao jogo” (Caillois, [1958] 1990: 66).

No entanto, considera-se que esta visão é algo exagerada. O desporto evidencia um processo de formalização do jogo como coisa séria, mas ainda sentida como jogo (Cf. Huizinga, [1938] 2003). A verdade é que

“[...] a natureza da competição ou do espetáculo não é de forma alguma modificada caso os atletas ou os comediantes sejam profissionais que atuem mediante um salário e não amadores, apenas à espera do prazer. A diferença só os atinge a eles” (Caillois, [1958] 1990: 67). O elemento lúdico do desporto continua presente nos espectadores e mesmo nos jogadores, e é de grande importância social e cultural.

Em suma, apesar de ser óbvio que o desporto muitas vezes não é um jogo puro, que no desporto profissional atual o homem muitas vezes já não joga como se fosse uma criança, que a liberdade de jogar não é a mesma, que o jogo muitas vezes é visto como algo da esfera do sério, verifica-se que os princípios base permanecem e que o desporto continua assim a ter uma influência social e cultural considerável. Neste sentido, a competição e o desporto continuam a ter um papel fundamental nas culturas vigentes e o facto de os atletas serem vistos como heróis adquire grande importância na sociedade moderna.

#### 4. Os novos heróis

Segundo Barthes (1964), que esboçou uma interpretação estética do desporto, as competições desportivas modernas podem ser vistas como a variante moderna das “lutas dramáticas entre papéis heroicos, dotada de efeitos simbólicos quase arquetípicos” (Barthes [1964] in Lenk, 1990: 169). Garcia partilha da mesma ideia, quando refere que “as proezas desportivas imitam ou substituem os ritos arcaicos sagrados” (Garcia, 1994: 58).

Atualmente, a Maratona ou o *Tour de France*, por exemplo, são vistos como uma narrativa dramática, onde os heróis lutam pela vitória. E as pessoas reveem-se nestes heróis.

“Ferreira (1984) refere-se ao maratonista Alberto Salazar<sup>2</sup>

2 Vencedor da Maratona de Nova Iorque em

como sendo um «novo mito», engrandecendo assim essa personagem devido aos seus feitos na maratona de Nova Iorque. O que ele fez está para além do campo das realizações humanas situando-se bem próximo das proezas dos heróis de antanho” (Garcia, 1994: 59).

E apesar de,

“[...] Pointu (1979) [afirmar] que Zatopek, pelas suas proezas atléticas, destruiu o «mito da maratona». Aquilo que parecia estar apenas reservado a seres sobrenaturais caiu no campo das simples realizações humanas” (Garcia, 1994: 59).

A verdade é que este foi um feito único<sup>3</sup>, que não teve repetição. No entanto, vencer uma grande maratona continua a ser visto como um grande feito e os desportistas continuam a ser vistos como heróis quando alcançam feitos inesperados, e a verdade é que a história está recheada de acontecimentos que elevam os seus vencedores e participantes ao estatuto de «heróis».

De acordo com Caillois ([1958] 1990) existe um culto, característico da sociedade moderna, do campeão. Facto normal num mundo onde o desporto ocupa um lugar tão destacado. Os espectadores imitam os atletas, estes são as suas grandes referências. Em suma, os espectadores reveem-se no atleta, e quando os atletas vencem, a vitória também é dos adeptos e estes vencem assim por procuração. “A vedeta simboliza o êxito pessoalizado, a vitória, a vingança sobre a devastadora e sórdida inércia quotidiana, sobre os obstáculos que a sociedade opõe ao mérito” (Cf. Caillois, [1958] 1990: 146).

“Desde que o espectador se identifique com o representante desportivo de seu grupo, ele vê como possível e até garantida a identificação do acontecimento dramático com os seus próprios objetivos e padrões comportamentais” (Lenk, 1990: 172).

O espectador, o consumidor de desporto tem a tendência de “mitificar” o desportista como se fosse um semideus, um herói dos tempos modernos.

O significado “mítico” da competição desportiva para o espectador está relacionado com uma tese de compensação: “a vivência substitutiva das competições desportivas propicia uma compensação e um substituto para a frustração e monotonia quotidianas” (Bartes e Magnane [1964] in Lenk, 1990: 170).

No entanto, é claro que nem todos os desportos têm o mesmo valor, a mesma importância, o mesmo carácter mitológico. Quanto maior o nível de dificuldade, a superação, maior desafio, maior será o carácter mítico do 1980, 1981 e 1982. Venceu ainda a Maratona de Boston em 1982.

3 Zatopek, atleta checoslovaco, venceu as provas de 5.000 metros, 10.000 metros e maratona, na primeira maratona em que correu, em 1952 nos Jogos Olímpicos de Verão em Helsínquia.

feito. Por exemplo, o carácter mítico de vencer ou mesmo de acabar uma maratona é superior ao carácter mítico de vencer ou acabar a prova de 5.000 m.

“Os desempenhos desportivos caracterizam-se por superar os obstáculos artificialmente colocados ou mesmo escalonados, por resistir e ultrapassar esforços e desafios extremos, por evitar facilitações técnicas e atalhos. A fuga num helicóptero do Monte Everest não seria um ato desportivo. Já a escalada da montanha mais elevada sem bomba de oxigénio é um ato desportivo heroico” (Lenk, 1990: 185).

Ou seja, o que caracteriza o mito é tornar possível o impossível, de preferência sem o uso de auxílio técnico. Este facto é visível na Natação, onde os fatos-de-banho *Shark Skin Generation* foram proibidos nos Jogos Olímpicos, pois ajudavam os nadadores a alcançar melhores resultados.

As funções míticas dos desempenhos desportivos são a base, ou pelo menos fortalecem, a força de atração do desporto para os atletas e o seu fascínio para os espectadores.

Facilmente se conclui que este carácter mítico, atribuído aos desportistas e aos desempenhos desportistas, faz com que o desporto tenha uma grande influência social ao longo dos tempos até aos nossos dias.

### Conclusões

Através deste artigo compreende-se a ideia de Hans Lenk (1990), segundo o qual é essencial “a compreensão do desporto e do desempenho desportivo na medida em que o seu significado cresce cada vez mais numa sociedade de lazer, consumo e comunicação de massas” (Lenk, 1990: 189).

O desporto é algo que está presente no nosso dia-a-dia, é considerado uma atividade de lazer que contribui ativamente para o bem-estar e saúde e cada vez mais pessoas utilizam uma parte considerável do seu tempo de lazer a participar ou mesmo a assistir a confrontos desportivos.

O desporto é ainda visto como uma visão moderna das lutas dramáticas e os atletas são vistos como heróis, com os quais os espectadores se identificam. O desempenho mais elevado conseguido apresenta um fascínio e uma provação para todos, é algo apelativo e que representa a superação e a corporificação do desejo de eternidade, de deixar uma marca. “O atleta ideal representa a humanidade em seu afã de obter êxito em desempenhos elevados” (Lenk, 1990: 179).

Percebe-se assim o potencial comunicativo do desporto. Seja o desporto profissional, seja o desporto de lazer, o desporto tem um potencial comunicativo enorme e este potencial deve ser aproveitado pelas Relações Públicas<sup>4</sup>.

Conclui-se que, tendo em conta a relevância social, política e cultural do desporto, este pode desempenhar um importante papel nas estratégias de Relações Públicas. O poder expressivo do desporto começou por ser utilizado pela Publicidade, depois o desporto foi utilizado na comunicação de causas devido ao seu carácter simbólico. Neste momento, devido ao seu carácter simbólico, a utilização do desporto nas estratégias de Relações Públicas pode ser uma oportunidade, a cooptação dos valores do desporto pelas organizações na gestão das relações com os seus públicos pode trazer grandes vantagens.

Para as Relações Públicas conseguirem gerir eficazmente as relações entre diferentes organizações e diferentes públicos, é importante encontrar um espaço em que a comunicação e o entendimento sejam possíveis: um espaço de partilha entre a organização e os públicos. E o desporto, devido ao seu papel social e cultural, pode funcionar como espaço de partilha, como o ponto comum, o ponto de ligação. As organizações podem apostar numa comunicação baseada no desporto e nos valores associados a este para conseguirem comunicar eficazmente com diferentes públicos.

No entanto, é importante que os académicos e profissionais de Relações Públicas reflitam sobre como utilizar e maximizar o impacto de determinado desporto nas suas estratégias.

Para tal, no seguimento deste artigo, irei desenvolver um estudo onde se pretende analisar os valores do desporto, neste caso da Maratona, e como estes são cooptados pelas organizações na gestão das relações com os seus públicos.

---

relações entre diferentes organizações e/ou diferentes públicos e todos os processos constitutivos dessas relações (Cf. Grunig & Hunt, 1984; Cutlip, Center & Broom, 1985; Lesley, 1997; Coombs & Holladay, 2007).

4 Disciplina que tem por objeto o estudo das

### Bibliografia

- Apel, Karl-Otto (2007) O Significado Ético do Desporto na perspectiva de uma Ética do Discurso Universalista. *Ética e Responsabilidade: O problema da passagem para a moral pós-convencional*. Lisboa, Instituto Piaget, pp. 163-188.
- Austin, M.W. (2013) Sport as a Moral Practice: An Aristotelian Approach. *Royal Institute of Philosophy Supplement*. Volume 73 - October 2013. Eastern Kentucky University, pp 29-43
- Caillois, R. ([1958] 1990) *Os Jogos e os Homens*. Lisboa, Edições Cotovia.
- Carrito, A.; Carvalho, A. M. (1988) Jogos Olímpicos: um tratamento interdisciplinar, *Revista Horizonte – Revista de Educação Física e Desporto*. Vol. V – nº 26 – Julho-Agosto. Lisboa, pp. VIII a XII.
- Coombs, W. T. e Holladay, S. J. (2007) *It's Not Just PR – Public Relations in Society*. Malden, Blackwell Publishing.
- Cutlip, S., Center, A. e Broom, G. (1985) *Effective Public Relations*. 6ªed. New Jersey, Prentice-Hall.
- Garcia, R. P. (1994) Mito: seu significado e função na corrida da Maratona. *Revista Horizonte – Revista de Educação Física e Desporto*. Vol. XI – nº 62 – Julho-Agosto. Lisboa, pp. 57-60.
- Dunning, E. ([1985] 1992) Prefácio, *A Busca Da Excitação*. Lisboa, Difel – Difusão Editorial, pp. 11-38.
- Elias, N. ([1985]1992) *A Busca Da Excitação*. Lisboa, Difel – Difusão Editorial.
- Filipe, R.G. (2003) Introdução: Para uma geneologia do agôn em Nietzsche. *A competição em Nietzsche* (Seleção de textos de Nietzsche sobre Agôn). Lisboa, Passagens, pp. 7-38.
- Grunig, J. E., Hunt, T. (1984) *Managing Public Relations*. New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.
- Huizinga, J. ([1938] 2003) *Homo Ludens*. Lisboa, Edições 70.
- Lenk, H. (1990) Princípio do desempenho produtivo e crítica do Esporte. *Razão Pragmática: A filosofia entre a ciência e a praxis*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, pp. 145-168.
- Lenk, H. (1990) Heracleico ou Prometéico? Elementos Míticos no Esporte. *Razão Pragmática: A filosofia entre a ciência e a praxis*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, pp. 169-189.
- Lesley, P. (1997). *Lesley's Handbook of Public Relations and Communications*. Chicago, Contemporary Books.