

**Roland Barthes e o Tour de France como epopeia:
ciclismo, semiótica e comunicação**

*Roland Barthes and the Tour de France as an epic:
cycling, semiotics, and communication*

Rafael HUGUENIN¹

Resumo

Motivados pela realização de mais uma edição do Tour de France, famosa competição esportiva que ocorre todos os anos na França, decidimos revisitar o renomado texto de Roland Barthes intitulado "O Tour de France como Epopéia", publicado no livro "Mitologias". O objetivo principal deste estudo é avaliar a relevância e a aplicabilidade das reflexões de Barthes, elaboradas na década de 1950, em relação ao contexto atual do evento e, mais especificamente, em relação ao modo como a competição é representada pela imprensa e pelo público em geral. Nossa análise busca compreender se as ideias e conceitos abordados por Barthes ainda possuem pertinência e podem contribuir para uma melhor compreensão do Tour de France nos dias de hoje.

Palavras-chave: Barthes. Semiótica. Esportes. Ciclismo. Volta da França.

Abstract

Motivated by the realization of yet another edition of the Tour de France, a famous annual sports competition held in France, we have decided to revisit the renowned text by Roland Barthes titled "The Tour de France as Epic," published in the book "Mythologies." The main objective of this study is to assess the relevance and applicability of Barthes' reflections, developed in the 1950s, in relation to the current context of the event, specifically examining how the competition is portrayed by the media and perceived by the general public. Our analysis aims to understand whether Barthes' ideas and concepts still hold significance and can contribute to a better understanding of the Tour de France in today's world.

Keywords: Barthes. Semiotics. Sports. Cycling. Tour de France.

Introdução

Nos primeiros dias de julho, durante o verão europeu, o Tour de France é realizado anualmente. Trata-se da mais importante competição do ciclismo mundial não apenas por

¹ Doutor em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Professor de Filosofia do Instituto Federal do Rio de Janeiro (IFRJ). E-mail: rafahuguenin@gmail.com

sua história centenária, por sua importância como símbolo nacional da França e pelo seu prestígio entre atletas e aficionados pelo esporte, entre os quais se inclui o autor do presente texto, mas principalmente pela grande audiência que recebe do público em todo o mundo. Segundo os organizadores da prova, cerca de 3.5 bilhões de pessoas em 190 países diferentes assistem acumuladamente às transmissões das 21 etapas, realizadas ao longo de três semanas (HURFORD, 2022). Cada etapa individual recebe em média cerca de 25 telespectadores em todo o mundo (REETH, 2019). Com isso, o Tour de France se constitui atualmente não só como um dos maiores eventos esportivos em termos de audiência mundial, mas principalmente como um grande espetáculo midiático de grande significação cultural, com seus melhores momentos sendo reproduzidos, comentados e discutidos apaixonadamente em diversos suportes e plataformas de mídia diferentes.

Apesar das dimensões do evento enquanto espetáculo midiático, a bibliografia sobre o tema não é muito extensa em língua portuguesa, sobretudo no que diz respeito aos aspectos comunicacionais. Sendo assim, nas linhas que seguem, abordaremos um famoso texto de Roland Barthes, provavelmente um dos primeiros autores a examinar teoricamente não propriamente o Tour de France, mas a maneira como o evento é representado pela mídia.

A perspectiva de Roland Barthes sobre o Tour de France: uma análise semiológica e cultural

Roland Barthes, famoso escritor, pensador e semiólogo francês foi provavelmente um dos primeiros a analisar teoricamente o Tour de France, ainda nos anos cinquenta. Barthes escreveu sobre o ciclismo em pelo menos duas ocasiões. A primeira delas foi no artigo “O Tour de France como Epopéia”, de 1955. Esse texto, que constituirá o objeto do presente artigo, integrou posteriormente o livro *Mitologias*, uma das obras mais famosas do autor, publicada em 1957. A segunda ocasião foi no roteiro para o filme “Le sport et les hommes”, de Hubert Aquim, um documentário de uma hora lançado em 1961, no qual o ciclismo é abordado rapidamente. Esse texto, que não consta nas duas edições da obra completa de Barthes nem é mencionado nas três biografias existentes do autor (BARBOSA, 2018, p. 111; STAFFORD, 2015, p. 75), sendo portanto pouco conhecido

pelos leitores e estudiosos², também aborda outros esportes além do ciclismo, como tourada, automobilismo, hóquei e futebol, enfatizando os aspectos fenomenológicos e poéticos destes esportes não enquanto atividades tomadas diretamente em si mesmas, mas enquanto representações midiáticas, isto é, filmadas, com amplo destaque para o papel dos espectadores (STAFFORD, 2015, p. 76).

Em “O Tour de France como Epopeia”, por outro lado, Barthes desenvolve comentários mais aprofundados sobre a competição. A devida apreciação deste texto, no entanto, deve levar em conta a sua natureza e seu contexto de publicação. O texto em questão, afinal, assim como os outros textos reunidos posteriormente em *Mitologias*, foi publicado originalmente em setembro de 1955 como uma espécie de crônica na revista *Les Lettres Nouvelles*, na qual Barthes assinava uma coluna mensal intitulada Pequenas Mitologias do Mês. Ainda que alguns desses textos apresentem traços mais ensaísticos, eles devem ser lidos pelo que são, isto é, como textos curtos destinados primariamente não aos especialistas, mas aos leitores em geral, abordando temas do cotidiano em linguagem acessível ao público minimamente culto. Isso, aliás, explica porque *Mitologias* foi um dos livros mais lidos de Barthes. Ao longo desses textos, que marcam o início da fase estruturalista de seu pensamento, Barthes desenvolve e aprimora a sua crítica semiológica, abordando a cultura contemporânea e seus diversos aspectos, como a moda, o esporte, a culinária, a publicidade e assim por diante enquanto sistemas significantes, isto é, como estruturas carregadas de mensagens e várias camadas de significados simbólicos.

Em outros termos, objetos culturais aparentemente triviais como uma capa de revista, brinquedos de crianças, pratos como bife com batatas fritas, cartazes e até mesmo esportes como o telecatch e o ciclismo constituem para Barthes sistemas análogos aos sistemas linguísticos, devendo, portanto, serem estudados a partir de métodos e conceitos desenvolvidos primariamente no campo da linguística. Nos textos reunidos em *Mitologias*, Barthes utiliza principalmente dois pares de conceitos, quais sejam, significante/significado e denotação/conotação. A denotação diz respeito ao aspecto literal, objetivo e descritivo de um signo, enquanto a conotação diz respeito aos significados adicionais, subjetivos e associativos atribuídos a um signo conforme o contexto individual, cultural e social. Assim, da mesma forma que os signos linguísticos,

² O texto foi traduzido para o português por André Telles e publicado na revista *Serrote* em 2019 (BARTHES, 2009b).

os diversos objetos culturais possuem não apenas significados denotativos óbvios, mas também diversos significados conotativos que exprimem valores, ideologias e mitos. Assim, Barthes procurava desvendar ou desmitificar as camadas de significados conotativos presentes nos objetos culturais, mostrando como eles operam para construir e reforçar as narrativas dominantes e hegemônicas.

Apesar dessa perspectiva francamente crítica, mais explícita nos textos de caráter mais denunciador, alguns textos reunidos em *Mitologias* assumem um caráter mais “positivo” (MARTY, 2009, p. 133) e até “alegre” (GALARD, 2005), como se o trabalho de desmistificação, utilizando aqui a caracterização de Eric Marty, permitisse paradoxalmente revelar os objetos em seu próprio ser (MARTY, 2009, p. 133). Louis-Jean Calvet, autor de uma das três biografias de Barthes atualmente disponíveis, apresenta um fato relevante a esse respeito. No verão de 1955, pouco antes de publicar o texto sobre o Tour de France, Barthes foi ao encontro de um amigo de infância e confidente perto da cidade de Barcelonnette, nos Baixos Alpes. Em determinado momento do passeio, ambos se dirigem ao local de passagem dos ciclistas e da caravana do Tour, onde Barthes, para surpresa do amigo, se revela bastante empolgado e atento aos mínimos detalhes. Quando o amigo pergunta o que aquilo tem a ver com ele, Barthes responde simplesmente: “sou apaixonado por isto, é extraordinário, é muito interessante do ponto de vista sociológico” (CALVET, 1993, p. 141). Além disso, ao examinar esportes como o telecatch e o ciclismo como sistemas significantes análogos aos sistemas linguísticos, Barthes também concede implicitamente a esses esportes a possibilidade de serem examinados enquanto atividades literárias ou simplesmente artísticas. Esse parece ser justamente o caso do texto “O Tour de France como Epopéia”, que examinaremos na sequência.

Caracterizar o Tour de France como uma epopeia significa, primariamente, que a competição assume a forma de uma narrativa literária. Na Antiguidade Clássica, os maiores exemplos de epopeia são a *Ilíada* e a *Odisséia*, de Homero, dois longos poemas narrativos que apresentam em versos metrificados e estilo grandiloquente as aventuras, façanhas e feitos grandiosos de personagens heróicos e míticos. Assim, Barthes não se refere à competição em si mesma, tomada diretamente, mas ao modo como a mídia da sua época e, por extensão, o grande público, falava sobre o Tour de France. Barthes aborda o Tour, portanto, como texto, como literatura. Na verdade, se remontamos às suas origens, podemos até dizer que Tour de France enquanto competição esportiva é uma invenção literária, concebida inicialmente por pessoas ligadas à escrita, isto é, jornalistas,

escritores, redatores, tipógrafos, cartunistas, fotógrafos e assim por diante (EZINE, 2017). Uma invenção de trabalhadores da imprensa, enfim, reunidos em torno do jornal *L'Auto*, editado pelo controverso Henri Desgrange. Apesar de existirem corridas de bicicleta bem populares desde 1868 (WEBER, 1986, p. 197; THOMPSON, 2008, p. 11; WHEATCROFT, 2013, p. 6; COSSINS, 2017, cap. 1), tanto em velódromos quanto em estradas, elas eram realizadas em apenas uma etapa. Desse modo, a imprensa esgotava rapidamente um assunto pelo qual havia uma grande demanda por parte dos leitores³. Assim, para alavancar as vendas do jornal em um nicho altamente competitivo e manter a assiduidade do público, decidiram criar em 1903 não apenas uma competição de ciclismo sem precedentes até então, mas fundamentalmente uma grande narrativa escrita serializada acerca de uma longa competição esportiva com forte apelo popular (WEBER, 1986, p. 209-210; MCGANN & MCGAN, 2006, cap. 1; THOMPSON, 2008, p. 17-24; WHEATCROFT, 2013, p. 14; COSSINS, 2017, caps. 1-2; VIOLLET, 2007, p. 17-34).

Em meados dos anos cinquenta, quando Barthes escreveu o textos de *Mitologias*, a epopeia do Tour de France já era contada e recontada por uma grande quantidade de autores, por assim dizer, que se utilizavam não apenas da imprensa escrita como no início do século, mas também de outras mídias, como rádio, cinema, televisão e, obviamente, literatura. Em 1929 ocorreu a primeira cobertura radiofônica ao vivo (THOMPSON, 2008, p. 43). Ao longo dos anos trinta, os cinemas exibiam regularmente noticiários cinematográficos antes da atração principal, em geral curtas metragens que cobriam assuntos da atualidade, entre os quais o Tour de France (THOMPSON, 2008, p. 44). Mas foi ao longo da década de cinquenta, com a popularização da televisão, que a competição passou a adquirir cada vez mais visibilidade e principalmente viabilidade como um veículo promocional, não apenas modificando e dando mais dinamismo ao relacionamento com o público (THOMPSON, 2008, p. 45), mas principalmente viabilizando novos meios de representar epicamente a competição. Apesar disso, a narração televisiva reproduzia boa parte dos artifícios narrativos e clichês utilizados pela imprensa esportiva do início do século (WILLE 2003, p. 132-133). É justamente nesse contexto que Barthes faz a sua reflexão.

³ O principal jornal de esportes da época, *Le Vélo*, fundado em 1892, já organizava e cobria corridas de bicicleta de longa distância que se tornaram muito populares, como Paris-Brest-Paris, Bordeaux-Paris e Paris-Roubaix. Todas elas, no entanto, eram realizadas em uma única investida ou etapa, embora longas (THOMPSON, 2008, p. 17).

Pois bem, a primeira característica do Tour de France como epopeia destacada por Barthes é a natureza dos nomes dos atletas, estudada pelo ramo da linguística conhecido como onomástica. Assim como nas epopeias gregas mais antigas, nas quais os nomes dos heróis são significativos e dizem algo importante sobre suas naturezas e personalidades (HIGBIE, 1995, p. 5-7; KANAVOU, 2015, p. 17-26), os nomes dos ciclistas também manifestam ou conotam as suas virtudes, naturezas e essências estáveis, funcionando, portanto, como pontos fixos no fluxo incerto da grande narrativa da competição (BARTHES, 2009a, p. 112). Apesar de alguns nomes parecerem oriundos de tempos antigos, nos quais certos fonemas indicam suas linhagens ou regiões de origem, é a repetição constante dos nomes na narrativa, ao lado de epítetos qualificativos e situações episódicas, recursos também empregados na epopeia, que fixa a natureza dos atletas e faz dos seus nomes “signos algébricos de valor” (BARTHES, 2009a, p. 112). Assim, por meio desse processo de fixação por repetição, os nomes acabam absorvendo toda qualificação adjetiva, não necessitando mais de epítetos qualificativos, de modo que os nomes dos principais heróis-atletas do Tour de France de 1955, Brankart, Geminiani, Lauredi, Antonin Rolland são “lidos” por si sós como signos, respectivamente, do valor, da lealdade, da traição ou do estoicismo.

Nesse ponto, Barthes tinha em mente leitores que, diferentemente de nós, acompanharam o Tour de France e portanto conheciam os atletas em questão. Quem são os heróis da epopeia do Tour, afinal? Em que medida as situações episódicas que protagonizaram ajudaram a fixar suas identidades? Jean Brankart, ciclista belga, representa o valor porque foi um adversário à altura do francês Loison Bobet, grande vencedor da edição do Tour de 1955 e das duas edições anteriores (WHEATCROFT, 2013, cap. 8; BOYCE, 2004). Brankart chegou a ameaçar Bobet ao vencer a 18ª etapa, um percurso de montanha de 205 km, e também um contra-relógio individual de 68,6km na 21ª etapa, mas mesmo assim terminou em segundo lugar na classificação geral, a 4 min. e 56 segs. atrás do grande herói nacional Loison Bobet. Raphaël Geminiani, atleta de origem italiana que se tornou francês, representa a lealdade porque, mesmo após algumas desavenças, esteve sempre ao lado, ou melhor, sempre ajudou Loison Bobet em suas três vitórias seguidas no Tour, escoltando e levando, com a face no vento, o campeão no seu vácuo em várias etapas. Nello Lauredi, em contraponto, o “maldito do Tour de 55”, outro italiano naturalizado francês, representa a traição porque, segundo Barthes, “quis fazer Bobet sofrer tornando-se um sanguessuga feroz em sua roda” (BARTHES,

2009a, p. 123), mas acabou abandonando a prova. Isso, no contexto épico, pode ser tomado como punição ou advertência. Antonin Rolland, por sua vez, representa o estoicismo por sua capacidade de suportar o sofrimento e até se sacrificar em nome da vitória de Bobet, seu companheiro de equipe. Rolland liderou a classificação geral da 4ª até 17ª etapa, quando Bobet ganhou a camisa amarela e consolidou sua liderança (WHEATCROFT, 2013, cap. 8; BOYCE, 2004).

A diminuição dos nomes dos atletas, segundo Barthes, também atesta o caráter épico da narrativa sobre o Tour. Ao ser diminuído, “o Nome se torna verdadeiramente público; permite colocar a intimidade do corredor sobre o prosclênio dos heróis” (BARTHES, 2009a, p. 113). Assim, Bobet é chamado pelos jornalistas de Loison, Lauredi de Nello e Raphael Geminiani simplesmente de Raph ou Gem. Para Barthes, estes nomes “são leves, algo delicados e algo servis; dão conta, em uma mesma sílaba, de um valor sobre-humano e de uma intimidade inteiramente humana” (BARTHES, 2009a, p. 113). Em suma, para que funcione enquanto literatura, a epopeia precisa criar uma aproximação entre os heróis e os leitores. Ou seja, deve ir além da narração das ações e dos combates no campo de batalha. Na Ilíada, por exemplo, as cenas nas tendas e nos acampamentos, nos quais os heróis fazem confidências, injúrias e declaram suas intenções, também constituem elementos importantes na construção poética da epopéia. Por essa razão, além de criar aproximação pela diminuição dos nomes, a narrativa do Tour também destaca bastante cenas dos bastidores e, principalmente, declarações e gestos públicos que os atletas dirigem uns aos outros, como, por exemplo, lamentos dirigidos a adversários que sofrem um infortúnio, assim como beijos e abraços. O gesto, para Barthes, “é neste caso a expressão da magnífica euforia experimentada diante do fechamento e da perfeição do mundo épico”, um mundo no qual, “o inimigo existe somente na proporção da estima de que é alvo” (BARTHES, 2009a, p. 113).

A geografia da Volta também é caracterizada em termos épicos. Não apenas os elementos naturais e os locais mais críticos são personificados, mas também as etapas, cada uma das quais, aliás, sendo numerada com unidades semelhantes aos capítulos de um romance. As etapas são caracterizadas como “personagens físicas, inimigas sucessivas, individualizadas por um misto de morfologia e moral que define a Natureza épica” (BARTHES, 2009a, p. 114). Assim, algumas etapas são viscosas, outras inflamadas, outras eriçadas e assim por diante, como se o atleta-herói enfrentasse uma natureza dotada de vida, não uma “Natureza-objeto”, mas uma “Natureza-substância”,

com a qual também mantém vínculos de nutrição e sujeição. Uma etapa marítima é caracterizada como “iodada”, dando à corrida energia e cor, enquanto outra etapa, em percurso asfaltado, será literalmente “dura de engolir”, constituindo alimento opaco e anguloso. Outra etapa é qualificada como “xistosa”, pré-histórica, capaz de prender o ciclista em visgo. Em todas as etapas, “o corredor é sempre representado em estado de imersão, e não em estado de corrida: ele mergulha, ele atravessa, ele voa, ele adere, é seu vínculo com o solo que o define” (BARTHES, 2009a, p. 114).

De todas as etapas, a mais intensamente personificada é a do Monte Ventoux, retratado geralmente como um deus do Mal, um verdadeiro Moloch e terror dos ciclistas, que exige dos que tentam escalá-lo um penoso e sofrido tributo. Esse expediente é comum na epopeia, sendo utilizado por Camões em *Os Lusíadas*, por exemplo, quando o Cabo das Tormentas é personificado na figura terrível do gigante Adamastor. A natureza precisa ser personificada para que possa ser enfrentada mais facilmente pelos heróis. O ciclista que conquista e chega ao topo desolado do Monte Ventoux, o que só pode ser feito com a ajuda de um deus (como Gaul, ajudado por Febo) ou “opondo a esse deus do Mal um demônio ainda mais duro (Bobet, Satã da bicicleta)” (BARTHES, 2009a, p. 116), já abandonou nosso planeta e está próximo dos astros. O herói Ulisses, na epopeia grega *Odisseia*, alcançou diversas vezes os limites do universo humano, assim como os ciclistas alcançam a cada etapa os limites da nação francesa, reafirmando assim de modo enciclopédico a vastidão do território e a diversidade de suas regiões (BOURY, 1997; CAMPOS 2003). Isso funciona como uma espécie de mito de expressão, capaz de representar de modo simbólico aspectos importantes das tradições, valores e, principalmente, determinadas aspirações de setores da sociedade francesa.

No contexto épico, os corredores só podem se relacionar com essa natureza antropomórfica por meios semireais, como se os ciclistas fizessem uso apenas de duas formas de energia, quais sejam, a *forma* e o *jump*. A *forma* é simplesmente força física, disposição de ânimo, inteligência, equilíbrio muscular e determinação, aspectos eminentemente humanos. Já o *jump*, ao seu turno, que denotativamente nada mais é do que uma aceleração súbita feita em certas situações da corrida (como no início de um *sprint*, em um ataque ou para diminuir um *gap*, entre outras situações), é caracterizado epicamente ou conotativamente como um “verdadeiro influxo elétrico de que são acometidos, aos trancos, alguns corredores amados pelos deuses e que os fazem realizar proezas sobre-humanas” (BARTHES, 2009a, p. 116). O *doping*, por sua vez, é uma

paródia assustadora do *jump*, como se o atleta que recorre ao doping quisesse “imitar Deus” ou “roubar de Deus o privilégio da centelha”, o que muitas vezes motiva severos castigos divinos. Esse foi o caso do ciclista francês Jean Malléjac, que sofreu um colapso por uso de anfetaminas na subida do Monte Ventoux no Tour de 1955, primeiro fazendo um zigue-zague na estrada e depois caindo desacordado, com uma perna ainda presa no pedal e a outra girando em falso no ar (MIGNON, 2003, p. 227; DIMEO, 2008, p. 59), indo assim, segundo Barthes, “às portas da loucura (punição aos ladrões de fogo)” (BARTHES, 2009a, p. 116).

Apesar de ser representada geralmente como uma batalha, o conflito é difícil de ser apreendido, uma vez que ele se dissolve na longa duração do evento. Para Barthes, “a batalha é dramática apenas pelo cenário ou pelas andanças, e não, literalmente, por seu embates” (BARTHES, 2009a, p. 116). Nesse ponto, o papel da linguagem empregada pela imprensa esportiva é fundamental para a produção do efeito épico. A dinâmica da corrida, assim, precisa ser reduzida a quatro movimentos principais, quais sejam, conduzir (*mener*), seguir (*suivre*), escapar (*s'échapper*) e abater-se (*s'affaisser*). *Conduzir*, que nada mais é do que puxar o pelotão e ir na frente, enfrentando o vento em nome de quem vem atrás, no vácuo, é o “ato mais árduo, mas também o mais inútil; conduzir é sempre sacrificar-se; é puro heroísmo, destinado a expor um caráter bem mais do que assegurar um resultado” (BARTHES, 2009a, p. 117). *Escapar*, que nada mais é do que atacar e tentar fugir do pelotão, sozinho ou acompanhado de outros “escapados”, é caracterizado epicamente como “um episódio poético destinado a ilustrar a solidão voluntária, no caso pouco eficaz, pois quase sempre se é alcançado, porém gloriosa na proporção da espécie de honra inútil que a sustenta” (BARTHES, 2009a, p. 117). *Seguir*, que os ciclistas brasileiros chamam simplesmente de “ir na roda”, ou seja, seguir logo atrás de um ciclista se protegendo do vento e, com isso, economizando energia, é caracterizado na narrativa como “algo covarde e algo traidor, decorrente de um arrivismo despreocupado com a honra: seguir em demasia, com provocação, decididamente faz parte do mal (que se envergonhem os ‘chupa-rodas’)” (BARTHES, 2009a, p. 117). *Abater-se*, que os ciclistas também chamam de “quebrar”, entendido como um estado no qual um atleta não consegue mais acompanhar o ritmo dos adversários, é sempre descrito como algo “pavoroso”, que “entristece tal qual uma derrocada”. Esses quatro movimentos são extremamente dramatizados e sempre descritos com o vocabulário enfático da crise e é precisamente essa forma de falar, portanto, que cria o efeito épico e dá a impressão de

que a competição não é apenas um esporte, mas uma luta, um combate, digno de ser narrado como uma verdadeira epopeia.

Barthes destaca uma moralidade ambígua na narrativa do Tour, em vista da qual os sacrifícios pessoais heróicos e a realidade prática da competição coexistem de modo contraditório, exigindo constantemente justificações e discussões. O sacrifício de um atleta em favor da equipe, seja por escolha pessoal ou por imposição do diretor, é algo geralmente exaltado, mas também objeto de controvérsias. Isso ocorre porque o Tour de France é, ao mesmo tempo, um confronto de indivíduos e um esporte de equipe. A moralidade cavalheiresca, expressa no louvor excessivo ao sacrifício individual dos heróis, pode prejudicar o interesse no espetáculo, ou seja, gera o risco de interferência no destino imprevisível da competição. Assim, os jornalistas se esforçam em manter um futuro imprevisível para o desfecho final, desafiando a crença generalizada de que determinado corredor vencerá com certeza. A narrativa do Tour, nesse sentido, exige uma moralidade tanto do indivíduo como do coletivo e essa contradição nunca é resolvida. O sacrifício, percebido como um valor sentimental e pessoal, precisa ser constantemente explicado pela reafirmação de uma moralidade generosa, de um verdadeiro espírito de equipe.

Essa contradição entre idealismo e pragmatismo, entre a moral do sacrifício e a realidade de uma competição esportiva, é mediada pelo papel da inteligência, seja do diretor técnico da equipe, quando precisa sacrificar um atleta em detrimento de outro, seja de alguns atletas que assumem a responsabilidade de tomar decisões estratégicas ao longo da prova, atuando como capitães, como fez o grande ganhador do Tour de 1955, Louison Bobet. Para Barthes, o papel da inteligência “traduz uma ordem mental heterogênea, ao mesmo tempo utópica e realista, feita de vestígios de uma ética muito antiga, feudal ou trágica, e de exigências novas, próprias do mundo da competição total” (BARTHES, 2009a, p. 119). E é justamente essa ambiguidade que encobre com um manto grandiloquente e empolgante as determinações econômicas que, afinal, regem efetivamente a competição esportiva. Nesse sentido, portanto, Barthes considera o Tour de France um mito total e ambíguo, capaz de expressar e liberar os franceses por meio de uma epopeia que mistura tradições, interesses e a utopia de reconciliação entre os seres humanos, a comunidade e a natureza. Porém, mesmo com os motivos econômicos e ideológicos envolvidos, o Tour de France continua sendo para Barthes um evento

fascinante que traduz o frágil momento histórico em que o ser humano busca uma conexão entre si mesmo, a comunidade e o universo.

Conclusão

A título de conclusão, nos cabe apenas perguntar se a leitura barthesiana do Tour de France como epopeia, elaborada cerca de setenta anos atrás, possui ainda alguma atualidade, podendo ser aplicada não apenas ao Tour de France e ao ciclismo em geral, mas a todos os esportes que possuem apelo midiático significativo. Uma resposta adequada a essa pergunta, obviamente, exigirá um estudo detalhado acerca da maneira segundo a qual os esportes em geral são representados em diferentes tipos de mídia. Em linhas gerais, no entanto, o modelo de desvelamento do mito proposto por Barthes ainda parece promissor, pois nos permite distinguir nas imagens e representações das competições esportivas os aspectos denotativos, revelados na literalidade objetiva e descritiva dos signos, e os aspectos conotativos, presentes nos significados adicionais atribuídos aos signos conforme os contextos culturais e sociais (KENNEDY & HILLS 2009, cap. 1).

A noção barthesiana de mito, conforme vimos, funciona pela superposição dessas duas camadas de significação. No que diz respeito ao ciclismo de estrada, a narração do Tour de France feita por locutores esportivos em geral, sobretudo das emissoras europeias, parece recorrer até hoje aos mesmos artifícios e clichês identificados por Barthes em seu texto seminal (WILLE 2003, p. 132-142). Mas em vez de forçar uma conclusão em um texto que procurou, antes de tudo, revisitar e comentar a análise barthesiana de um esporte pelo qual somos pessoalmente apaixonados, nos limitamos a recomendar aos leitores que assistam ao próximo Tour de France não apenas para verificar por si mesmos a sutileza do olhar do semiólogo francês, mas para experimentar talvez a mesma empolgação experimentada por Roland Barthes ao ver a passagem da caravana do Tour em 1957 e por tantos outros apaixonados pelo ciclismo desde 1903.

Referências

AQUIN, Hubert. **Le sport et les hommes**. 1 vídeo, 58min, Montréal, 1961. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pNd-TojHMDs>. Acesso em: 04 jun. 2022.

BACON, E. **Mapping Le Tour**. London: Harper Collins, 2014.

BARBOSA, M. V. *Crítica e prática: o gesto amador em Roland Barthes*. In: PINO, C. A; BRANDINI, L. T; BARBOSA, M. V; BRITO, S. B. **Novamente Roland Barthes**. Natal: Editora IFRJ, p. 101-124, 2018.

BARTHES, R. **Mythologies**. Paris: Éditions du Seuil, 1957.

BARTHES, R. **Mitologias**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2009a.

BARTHES, R. **Le sport et les hommes. texte du film *Le sport et les hommes*, d'Hubert Aquin**. Montréal: Presses de l'Université de Montréal, 2004.

BARTHES, R. O que é o esporte? In: **Serrote**, n. 3, p. 96-105, 2009b.

BERTHO-LAVENIR, C. Le paysage derrière la roue. Le tour de France à la télévision. In LÉVY, M-F. **La télévision des Trente Glorieuses**. Paris: CNRS Éditions, 2007. Disponível em: <http://books.openedition.org/editions-cnrs/2958>. Acesso em: 02 jun. 2022.

BOURY, P. **La France du tour. Le tour de France : un espace sportif à géographie variable**. Paris: Éditions L'Harmattan, 1997.

BOYCE, B. Bobet Times Three. In: **Cyclingrevealed**. 2004. Disponível em: <https://www.cyclingrevealed.com/timeline/Race%20Snippets/TdF/TdF1955.htm>. Acesso em: 02 jun. 2023.

CALVET, L-J. **Roland Barthes. Uma Biografia**. São Paulo: Siciliano, 1993.

CAMPOS, C. Beating the bounds: The Tour de France and National Identity. In: DAUNCEY, H. & HARE, G. **The Tour De France 1903–2003 A Century of Sporting Structures, Meanings and Values**. London: Frank Cass, p. 148-173, 2003.

COSSINS, P. **The first tour de France: sixty cyclist and nineteen days of daring on the road to Paris**. New York: Nation Books, 2017.

DAUNCEY, H. et HARE, G. *The Tour de France: A Pre-Modern Contest in a Post-Modern Context*. In: **The tour de France 1903–2003: a century of sporting structures, meanings and values**. London: Frank Cass, p. 1-29, 2003.

DAUNCEY, H. **French cycling: a social and cultural history**. Liverpool: Liverpool University Press, 2012.

DIMEO, P. **A history of drug use in sport 1876-1976. Beyond good and evil**. London: Routledge, 2008.

EZINE, Jean-Louis. *Le Tour de France est une création littéraire*. [Entrevista concedida a] Xavier Colas. **Revue des Deux Mondes**. 30 de Junho, 2017. Disponível em: <https://www.revuedesdeuxmondes.fr/tour-de-france-creation-litteraire/>. Acesso em: 02 jun. 2023.

GABORIAU, P. **Le tour de France et le vélo: histoire sociale d'une épopée contemporaine**. Paris: Éditions L'Harmattan, 1995.

GALARD, Jean. *Atualidade das Mitologias?* In: **Revista Cult**, n. 100, 2006. Disponível em <http://revistacult.uol.com.br/home/2010/03/atualidade-das-mitologias>. Acesso em: 02 jun. 2023.

HIGBIE, C. **Heroes' names, homeric identities**. New York: Garland, 1995.

HURFORD, M. 14 *Fun Tour de France Facts You Can Use to Impress Your Friends*. In: **Bicycling.com**, 2022. Disponível em: <https://www.bicycling.com/racing/g20037343/14-questions-youve-always-had-about-the-tour-de-france/>. Acesso em 03 jun. 2023.

IKEDA, F. S. M. O mito na mídia: um sistema semiológico dependente. In: **Temática**, ano XI, n. 11, novembro, 2015.

KANAVOU, N. **The names of homeric heroes: problems and interpretations**. Berlin: De Gruyter, 2015.

KENNEDY, E. & HILLS, L. **Sports, media and society**. Oxford: Berg, 2009.

MARTY, E. **Roland Barthes: o ofício de escrever**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2009.

MCGANN, B. & MCGANN, C. **The story of the tour de France: how a newspaper promotion became the greatest sporting event in the world. 1903-1964**. Indianapolis: Dog Ear, 2006.

MIGNON, P. *The Tour de France and the doping issue*. In: DAUNCEY, H. & HARE, G. **The tour de France 1903–2003: a century of sporting structures, meanings and values**. London: Frank Cass, p. 224-241, 2003.

REETH, D. V. Forecasting Tour de France TV audiences: A multi-country analysis. In: **International Journal of Forecasting**, vol. 35, n. 2, p. 810-821, 2019.

SANSOT, P. Le Tour de France: une forme de liturgie nationale. In: **Cahiers Internationaux de Sociologie**, Nouvelle Série, vol. 86, p. 91-105, 1989.

STAFFORD, A. **Roland Barthes**. London: Reaktion Books, 2015.

THOMPSON, C. S. **The tour de France : a cultural history**. Berkley: University of California Press, 2008.

VIOLLET, S. **Le tour de France cyclist. 1903-2005**. Paris: Éditions L'Harmattan, 2007.

WEBER, E. **France, fin de siècle**. Cambridge: Harvard University Press, 1986.

WEBER, E. Gymnastics and sports in Fin-de-Siecle France: Opium of the Classes? In: **American Historical Review**, vol. 76, n. 1, p. 70-08, 1971.

WILLE, F. The Tour de France as an Agent of Change in Media Production. In: DAUNCEY, H. & HARE, G. **The tour de France 1903–2003: a century of sporting structures, meanings and values**. London: Frank Cass, p. 127-146, 2003.

WHEATCROFT, G. **Le tour: a history of the tour de France**. London: Simon & Schuster, 2013.