

FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Mestrado em Comunicação

ARTES MARCIAIS, MÍDIA E ESPETÁCULO

Um estudo compreensivo das artes marciais mistas

Everton de Brito Dias

São Paulo

2016

EVERTON DE BRITO DIAS

ARTES MARCIAIS, MÍDIA E ESPETÁCULO

Um estudo compreensivo das artes marciais mistas

Dissertação apresentada para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, área de concentração “Comunicação na contemporaneidade” e linha de pesquisa “Produtos midiáticos: jornalismo e entretenimento”.

Orientador: Prof. Dr. Dimas A. Künsch

São Paulo

2016

Dias, Everton de Brito

Artes marciais, mídia e espetáculo: um estudo compreensivo das artes marciais mistas / Everton de Brito Dias. -- São Paulo, SP, 2016.

171 f. : il.

Orientador: Prof. Dr. Dimas Antônio Künsch

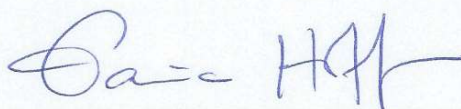
Dissertação (Mestrado) – Faculdade Cásper Líbero. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, área de concentração “Comunicação na contemporaneidade” e linha de pesquisa “Produtos midiáticos: jornalismo e entretenimento”.

1. Comunicação. 2. Produtos midiáticos. 3. Mídia. 4. Espetacularização. 5. Artes Marciais Mistas. 6. Compreensão como Método. I. Künsch, Dimas Antônio. II. Faculdade Cásper Líbero, Programa de Mestrado em Comunicação. III. Título.

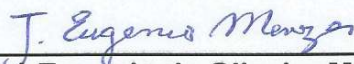
ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Autor: EVERTON DE BRITO DIAS

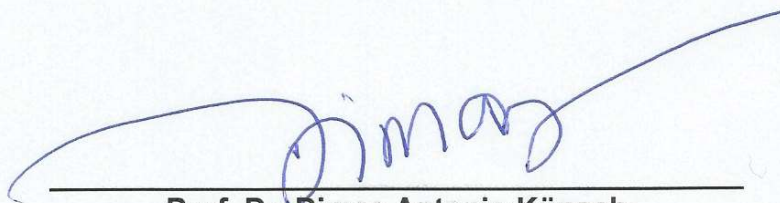
**“ARTES MARCIAIS, MÍDIA E ESPETÁCULO: UM ESTUDO
COMPREENSIVO DAS ARTES MARCIAIS MISTAS”**



**Profa. Dra. Tânia Márcia Cezar Hoff
Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM**



**Prof. Dr. José Eugênio de Oliveira Menezes
Faculdade Cásper Líbero - FCL**



**Prof. Dr. Dimas Antonio Künsch
Faculdade Cásper Líbero - FCL**

Data da Defesa: 30 de setembro de 2016

À Vida: à Luz e à Sombra que ela compreende.

RESUMO

Esta dissertação tem por tema a midiaticização e espetacularização das artes marciais, ou como estas vêm acentuadamente se tornando um produto da indústria cultural, e, por objeto, as artes marciais mistas, o MMA (do inglês *mixed martial arts*) nessa mesma relação com a mídia. A questão central tem a ver com os modos como mídia e espetáculo estão incidindo, hoje, no mundo das artes marciais. O objetivo geral é o de mostrar, por meio de diversas facetas, produtos e acontecimentos, como esse processo se evidencia no caso específico das artes marciais mistas. Outros objetivos são o de elucidar a relação entre o cinema e o surgimento do MMA e algumas das diferenças mais importantes entre a filosofia das artes marciais históricas e delas enquanto produtos midiáticos. Também, pretende-se perceber o espetáculo numa visão complexa e compreensiva, ou seja, não só no sentido da crítica negativa ao espetáculo em sua vinculação com o mercado, mas também do espetáculo como realidade social e como direito. Como principais referenciais teóricos, trabalha-se com Zygmunt Bauman e a metáfora da modernidade líquida; da Escola de Frankfurt, interessa a visão benjaminiana da democratização da cultura intermediada pela cultura de massa, ou Indústria Cultural, como dela falam Adorno e Horkheimer; Debord e a sociedade do espetáculo; o espetáculo da mídia e a multiperspectividade de Kellner; Huizinga e o seu conceito de *Homo ludens*; Yvana Fachine e o conceito de estesia; e, ainda, Campbell e Vogler com seus estudos sobre o lugar e os significados do mito, Norbert Elias e as mudanças nas formas de exercício da agressividade no processo civilizador. Outros aportes assumem a leitura da comunicação a partir do corpo, proposta por Kamper e Baitello Junior, o pensamento complexo de Morin e o pensamento compreensivo, na linha das investigações desenvolvidas no âmbito do grupo de pesquisa "Comunicação, Diálogo e Compreensão" e do projeto "A Compreensão como Método", da Faculdade Cásper Líbero, em parceria com a Universidade de Antioquia, de Medellín, na Colômbia. Metodologicamente, o estudo dos referenciais teóricos se faz lado a lado com a observação atenta, a análise e entrevistas relacionadas à programação do "Canal Combate", ao filme "Mais Forte que o Mundo: A História de José Aldo" e à poderosa organização UFC (Ultimate Fighting Championship). Este é um trabalho do programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, na linha de pesquisa "Produtos Midiáticos: Jornalismo e Entretenimento".

Palavras-chave: Comunicação. Produtos midiáticos. Midiaticização. Espetacularização. Artes Marciais Mistas. Compreensão como Método.

ABSTRACT

The theme of this thesis is martial arts mediatization and spectacularization, or how they are deeply becoming a product of the cultural industry, and, as the object, MMA (mixed martial arts) in the same relationship with media. The main issue has to do with the ways in which media and spectacle are acting today in the martial arts world. The overall goal is to show, through various facets, products and events, how this process is evident in the specific case of mixed martial arts. Other goals are to elucidate the relationship between cinema and the rise of MMA and some of the most important differences between the philosophy of historical martial arts and among them as media products. Also, we intend to perceive the spectacle through a complex and comprehensive vision, that is, not only towards the negative criticism of the spectacle in its relationship with the market, but also the spectacle as a social reality and as a right. The main theoretical references are Zygmunt Bauman and the metaphor of liquid modernity; from the Frankfurt School, the Walter Benjamin vision of democratization of culture through mass culture, or culture industry, that Adorno and Horkheimer had also discussed; Guy Debord and the society of the spectacle; the media spectacle and multiperspectivity from Kellner; Huizinga and his concept of *Homo ludens*; Yvana Fechine and the concept of esthesia; and also Campbell and Vogler with their studies of the place and the meanings of the myth; and Norbert Elias and changes in aggressiveness forms in the civilizing process. Other key contributions consider the communication understanding from the body proposed by Kamper and Baitello Junior, complex thinking proposed by Morin and the comprehensive thinking, in line with the investigations carried out under the research group "Communication, Dialogue and Comprehension" and the project "Comprehension as a Method", from the Casper Libero College, in partnership with the University of Antioquia, Medellin, Colombia. Methodologically, the study of theoretical references is done side by side with close observation, analysis and interviews related to the programming of the "Canal Combate" the film "Stronger than the World: The Story of Jose Aldo" and the powerful organization UFC (Ultimate Fighting Championship). This is a work of the MA in Communication Casper Libero College Program, the research line "media products: Journalism and Entertainment".

Keywords: Communication. media products. Mediatization and Spectacularization. Mixed martial arts. Comprehension as a Method.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Crystal Maria Denha, apresentadora do The Fumble.....	25
Figura 2 - José Aldo e Conor McGregor encaram-se.....	26
Figura 3 – McGregor destacando o corte de seu terno.....	28
Figura 4 - José Aldo Júnior, o campeão que matou a fome com título.....	30
Figura 5 - Cartaz de divulgação do filme “Mais Forte que o Mundo - A História de José Aldo”.....	31
Figura 6 - Champs - Tyson, Holyfield e Hopkins.....	32
Figura 7- McGregor nocauteia José Aldo no UFC 194.....	33
Figura 8 - The Ultimate Fighting Championship - 1993.....	36
Figura 9 - Royce Gracie vence o UFC 1.....	37
Figura 10- Logomarca do UFC em 2001.....	39
Figura 11 - Logomarca do Canal Combate.....	41
Figura 12 - Crescimento MMA no Brasil de 2005 a 2014.....	43
Figura 13 - Morihei Ueshiba, o fundador do Aikidô.....	45
Figura 14- Guy Debord, autor da Sociedade do Espetáculo (1997).....	59
Figura 15 -Mitsuyo Maeda e família no Brasil.....	62
Figura 16- Hélio Gracie desafia Russel.....	63
Figura 17 - La Riña - Rinha, o Filme.....	97
Figura 18 - Marisa Monte e Anderson Silva no clipe de “Ainda bem”.....	98
Figura 19 - O lado rinoceronte de José Aldo.....	103
Figura 20- Mitos do combate: Carlos, Hélio, Rickson e Royce Gracie.....	107
Figura 21 - O fenômeno de mídia e artes marciais Bruce Lee.....	114

SUMÁRIO

Apresentação.....	10
INTRODUÇÃO.....	14
CAPÍTULO 1: O UNIVERSO MIDIÁTICO DAS ARTES MARCIAIS MISTAS.....	24
1.1. Narrativa de momentos do espetáculo.....	25
1.2. O mito, o cinema e as artes marciais.....	34
1.3. O UFC e as artes marciais mistas.....	35
1.4. O "Canal Combate".....	41
1.5. O Aikidô.....	44
CAPÍTULO 2 – CORPO, MÍDIA E ESPETÁCULO.....	49
2.1. Bauman e a metáfora da “modernidade líquida”.....	51
2.2. Campbell, Vogler e o mito.....	55
2.3. Debord, Kellner e a sociedade do espetáculo.....	59
2.4. Huizinga e o Jogo	63
2.5. Perspectivas do jogo com Elias, Betti e Fechine.....	66
2.6. Kamper, Baitello e “imagens que devoram” o corpo.....	74
2.7. Morin e o “pensamento da complexidade”.....	77
2.8. Notas sobre o “pensamento da compreensão”.....	80
2.9. A Indústria Cultural e a democratização da cultura.....	84
CAPÍTULO 3 – ARTES MARCIAIS MISTAS, MÍDIA E ESPETÁCULO.....	89
3.1. Pequena história da produção de um grande espetáculo.....	90
3.1.1 Os bastidores do mundo do combate.....	91
3.1.2. José Aldo e a Força do Mundo do Espetáculo.....	94
3.2. O espetáculo em seis produtos midiáticos.....	95
3.2.1. “Mais Forte que o Mundo: A História de José Aldo”.....	96

3.2.2. La Riña (Rinha – O Filme).....	97
3.2.3. Marisa Monte e Anderson Silva – Ainda Bem.....	98
3.2.4. “ <i>TNT Energy Drink</i> ”, o lado rinoceronte de José Aldo.....	102
3.2.5. Escolha seu Combate.....	103
3.2.6. “ <i>The Notorious</i> ” Conor McGregor.....	104
3.3 As artes marciais mistas na sociedade líquido-moderna.....	106
3.3.1. O Projeto Gracie.....	107
3.3.2. O “Canal Combate”.....	109
3.3.3. “Revista Combate” e “Combate News”.....	111
3.3.4. Consumo versus Consumismo.....	113
3.3.5. Corpo, Imagem, Perdas.....	116
3.4. A midiaticização, o espetáculo e a compreensão.....	117
3.4.1. A Nova Fase da Sociedade do Espetáculo.....	118
3.4.2. Morin e a complexidade.....	120
3.4.3. Douglas Kellner e a multiperspectividade	122
3.4.4. Campbell, Vogler e o mito: o fundamento básico de todas as histórias.....	125
CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES	129
REFERÊNCIAS.....	135
SITES.....	140
FILMOLOGIA.....	141
ANEXOS.....	142

Apresentação

Everton de Brito Dias é, antes de tudo, inquieto, curioso, bom amigo, bom filho, e até diria bom marido e bom pai. Filho da Dona Zilda e de Seu Dário (Pilé). Neto de Seu Geraldo de Brito e de Dona Ana (por parte de mãe) e de Seu Calimério e Dona Aleida (por parte de pai). Seu Geraldo foi ferreiro, artesão e, seus filhos e filhas foram também seus pais. Muitas histórias já eram parte do imaginário na infância, as lembranças da forja, do aço incandescente.

Irmão da Érica, Aline, Daniela e Danilo. Casado com a Renata Rodrigues, Everton se tornou pai do Bruno e da Clara. Pai também se tornou do Felipe e avô do Theo, filho do Felipe e da Reni. Paternidade é uma função. E também é companheiro inseparável dos cachorros Mano e Bella, e da saudosa e inesquecível Nina, que partiu em 16 de julho deste ano. Artista marcial insistente há cerca de vinte anos, mergulhado no mundo do Aikidô há dezoito, mas também fascinado pelas possibilidades que o corpo apresenta para se comunicar em outras áreas do conhecimento: Yôga, Jiu-jítsu, Judô, Boxe, caminhada, corrida. Acredita que o espírito marcial está em tudo que pode ser feito na vida, e que a presença no momento é um exercício constante que a arte marcial traz com a prática.

Graduou-se em Ciência da Computação em 1991 pela Universidade Federal de Minas Gerais e por diversos anos explorou as possibilidades técnicas da Comunicação pela perspectiva sistêmica: plataformas, aplicativos, mensagem, emissor, receptor, meio. Participou ativamente do surgimento da Internet desde os seus primórdios, foi um dos membros ativos da construção do primeiro site de leilões da Internet brasileira, onde foi desenvolvedor de sistemas e um bom aglutinador de equipe. Foi convidado a integrar a equipe do Universo Online a partir de 2001 como gerente de projetos e por ali ficou construindo boas “estórias” e projetos até 2003, quando foi morar no Canadá por um ano. Esta experiência lhe deu a oportunidade de cursar uma pós-graduação em Administração de Empresas na UVic (University of Victoria) em Victoria, Columbia Britânica, e, em seguida, uma segunda pós-graduação em Estudos Interculturais, na UBC (University of British Columbia). Este caminho lhe proporcionou também a oportunidade de conhecer o trabalho do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) em lojas próprias, atuando como voluntário.

Retornando ao Brasil em 2004 voltou a trabalhar no Universo Online como gerente de Tecnologia e responsável pelo projeto de implementação da integração das soluções técnicas de aplicações para atender clientes do UOL pelos canais eletrônicos de voz, *email* e *chat* com atendimento concentrado em mais de 1.500 posições de atendimento de dois prestadores de serviço. Uma central de atendimento desta amplitude envolve uma dimensão de complexidade de tecnologia, logística, engenharia e comunicação em uma escala que pouco está relacionada com o que se trata de Comunicação com o que vim a conhecer no Programa de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero. De 2004 em diante, como gerente de projetos do Universo Online, depois como gerente de tecnologia da Teleperformance em 2006/2007, como gerente de projetos da Genesys Telecommunications Labs entre 2007 e 2009, como engenheiro de soluções e consultor de negócios da Nuance Communications entre 2010 e 2015, fui adquirindo uma sensibilidade crescente para a percepção do quanto os negócios têm de desafio entre seus objetivos e as necessidades dos clientes no dia-a-dia nas suas demandas por atendimento. Os custos de atendimento feito por um “agente humano” são elevados, e as estratégias de automação de atendimento eletrônico ainda não têm um valor percebido pelos clientes. Meu entendimento desde 2012 foi de que um dos pontos críticos para mostrar ao negócio e ao cliente final o valor das soluções está na estratégia de comunicação e que, para isto, o estudo, conhecimento e entendimento crítico da base cultural, filosófica, sociológica, é fundamental para explorar novas abordagens. E, nesse sentido minha motivação se voltou para os estudos da Comunicação na contemporaneidade e dos produtos midiáticos em específico.

O encontro com o Programa de Mestrado da Cásper Líbero se deu através do Prof. Eric Carvalho, então em 2013 na ECA-USP, quando colegas em uma disciplina lecionada pelo Prof. Eneus Trindade. Eu, engenheiro de soluções da Nuance Communications Inc, uma empresa de soluções para atendimento a clientes, com foco principal em atendimento eletrônico utilizando tecnologia de reconhecimento de fala (linguagem natural), procurava uma abordagem comunicacional para os discursos com o cliente nos serviços do SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor).

O Prof. Eric Carvalho me convidou para conhecer o Programa de Mestrado da Cásper Líbero e, me falou sobre o processo de seleção que seria em poucas semanas. Não fui selecionado, mas fui convidado pelo Prof. Dimas Künsch a ingressar como aluno especial. Daí em diante, em 2014, ainda sem um projeto de pesquisa definido, e iniciando com o Prof. José Eugênio Menezes no 1º semestre, com a disciplina “Comunicação, Tecnologia e Cidadania Digital”, que foi uma imersão completa em um novo mundo de possibilidades quanto à

Comunicação. Pude então, entrar em contato com autores como Vilém Flusser, Harry Pross e Martin Heidegger, com perspectivas sobre o Corpo, o Homem, a Técnica e a Mídia que passei a costurar com o mundo das Ciências Exatas e as soluções técnicas conhecidas até então.

No 2º semestre de 2014, com a disciplina “Jornalismo, Narrativas e Conhecimento: Narrativas Míticas”, com o Prof. Dr. Dimas Künsch, meu tema e eu nos encontramos, com o trabalho com o Homem, o Mito, o caminho e os estudos do caminho do herói com Campbell e Jung. Ainda naquele ano, em dezembro, veio o encontro com meu grau de Shodan no Aikidô (faixa preta). A definição do tema da midiatização e espetacularização das artes marciais veio concomitantemente ao cursar esta disciplina, aprofundar-me no conhecimento de Jung e de mim mesmo, e com a definição do Prof. Dimas Künsch como meu orientador. Ter escolhido o tema de “relacionamento com clientes”, que era até então o tema profissional com que eu me relacionava, me parecia superficial. Para mim, parecia e parece claro que as soluções de atendimento eletrônico não são satisfatórias por motivos que fugiam ao meu alcance e que direcionar meu enfoque para essa questão não me parecia ser algo com o qual eu me sentiria estar contribuindo para mim, para o meio acadêmico, para o mercado e para a comunidade. No entanto, a escolha do tema da midiatização e espetacularização das artes marciais e de todo o referencial teórico que a suporta estaria me dando bagagem para, no futuro, trabalhar questões referentes a relações de comunicação compreensiva entre seres humanos e entre corporações e seres humanos. E daí, sim, artes marciais, corpo, mente, toque, realidade, presença – isto me pareceu um ponto de partida onde poderia contribuir.

O trabalho no meio corporativo com a Nuance foi uma oportunidade a que devo eterna gratidão. Ali fiz amigos de outras culturas, em outras partes do mundo, com outros valores, a quem considero amigos, e que com quem aprendi muito sobre mim mesmo, minha cultura e meu país. Serei eternamente grato aos meus gestores nos Estados Unidos da América pelo exemplo de humildade, foco, prudência, visão ampla, ao contrário do que frequentemente se vende no Brasil do típico executivo estadunidense. A Nuance foi uma escola de vida. Além de uma empresa que fornece soluções de comunicação, tive exemplos constantes de boa comunicação, de executivos do alto escalão a colegas no dia-a-dia. É, sim, possível ser feliz e crescer no mundo corporativo.

O caminho marcial que pratico me parece mais simples a cada dia e me vejo incorporando a prática em detalhes de minha vida diária, dos mais simples como a atenção com o acordar, o sono, a alimentação, o pensamento, observando os cães, com a leitura de um livro entre meus colegas de pesquisa, percebendo a perspectiva de cada projeto onde vejo um

pesquisador inserido, sua busca, seu caminho. E tarefas mais sensíveis como a perda do humor, a impaciência, a perda de foco, o real bom combate do momento do confronto com as sombras pessoais.

E o sabor destes momentos reforça meu comprometimento na escolha do tema das artes marciais, e vejo depois deste projeto de pesquisa um conjunto de possibilidades no meio acadêmico e que podem contribuir para a crescente busca de se trazer a arte marcial para o campo de produção de conhecimento científico.

INTRODUÇÃO

Esta dissertação tem como tema a midiaticização e espetacularização das artes marciais e como estas vêm, cada vez com maior força, se transformando em um produto midiático típico da indústria cultural. Estuda-se como as artes marciais encontram-se em franco processo de midiaticização/espetacularização e, especificamente, como isso se dá no campo das artes marciais mistas, o MMA (*mixed martial arts*, em inglês), que constitui o verdadeiro objeto desta pesquisa. As artes marciais não surgiram hoje, remontam a milênios, assim como o espetáculo acompanha desde sempre o homem e a cultura. Ocorre, entretanto, que, na sociedade contemporânea, a produção cultural assume uma escala industrial, e as artes marciais não fogem à regra de serem transformadas em um produto dessa indústria, com forte carga de espetacularização, como se pretende mostrar.

O objeto, portanto, é o mundo midiaticizado das artes marciais mistas, evidenciado por fenômenos como o do UFC (*Ultimate Fighting Championship*), com dimensões globais, e do "Canal Combate", da TV paga brasileira, do qual se estudam dois programas, "Revista Combate" e "Combate News", que vão ao ar nas noites das terças e das quintas-feiras. Além disso, também será parte do estudo o filme "Mais Forte que o Mundo: A Vida de José Aldo", lançado no dia 16 de junho de 2016. Assume-se que o campo das artes marciais mistas, com sua representatividade, atualidade e importância considerável, é onde melhor se pode mostrar como ocorrem os fenômenos da midiaticização e da espetacularização das artes marciais como um todo.

São muitas e de diversas naturezas as questões que se levantam no estudo deste tema. No entanto, a pergunta central se relaciona com os modos como mídia e espetáculo estão incidindo, hoje, no mundo das artes marciais. O objetivo geral é o de mostrar, por meio de diversas facetas, produtos e acontecimentos, como esse processo se evidencia no caso específico das artes marciais mistas. Outros objetivos são o de elucidar a relação entre o cinema e o surgimento do MMA e algumas das diferenças mais importantes entre a filosofia das artes marciais históricas e delas enquanto produtos midiáticos. Também, pretende-se perceber o espetáculo numa visão complexa e compreensiva, ou seja, não só no sentido da crítica negativa ao espetáculo em sua vinculação com o mercado, mas também do espetáculo como realidade social e como direito.

A proposta é de "mostrar" mais que de "demonstrar", trazendo fatos, contextos e situações que estão visíveis no universo das artes marciais mistas em sua relação com a mídia. A opção por "mostrar" mais que por "demonstrar" lança esta pesquisa para o âmbito do

método da compreensão: mais do que verdades ou certezas sobre o objeto de pesquisa, buscam-se questões pertinentes, capazes de alimentar narrativas, conversas e debates sobre um tempo que, por sua atualidade e por sua expressão midiática, merece ser estudado.

O estudo da relação entre a indústria cultural do cinema e as artes marciais passa pela compreensão de fenômenos-produtos midiáticos ocorridos a partir dos anos 1930 e de outros, como Bruce Lee, nos anos 1960 e 1970, culminando no surgimento e desenvolvimento das artes marciais mistas nos anos 1990, até a atualidade, em que midiaticização e espetacularização incidem fortemente sobre as artes marciais mistas, potencializando esse produto midiático da indústria cultural.

Ainda como objetivo, busca-se mostrar como há diferenças entre a filosofia das artes marciais, tradicionais ou modernas, no sentido histórico do termo, e as artes marciais como produto da indústria cultural. Originalmente, as artes marciais possuem outros sentidos que não os que adquirem com sua inserção na indústria cultural. Para deixar este ponto claro, apresenta-se o Aikidô como exemplo representativo de uma filosofia de natureza tradicional.

Ainda no terreno dos objetivos específicos, a ideia é também a de trabalhar de forma complexa e compreensiva esses sentidos do espetáculo e de midiaticização, percebendo o espetáculo dentro de uma visão que integra, mas que vai além da crítica ao espetáculo em sua versão mercadológica e ideológica, para vê-lo do mesmo modo como uma realidade social e humana a que as pessoas têm direito.

A midiaticização e espetacularização das artes marciais, e das artes marciais mistas especificamente, merece ser estudada em função do crescente consumo dessa modalidade como produto e prática pretensamente esportiva. Uma pesquisa encomendada pelo "Canal Combate" mostrou que, em 2005, apenas 13% da base de TV por assinatura do Brasil tinha interesse pelo MMA, e que, em dezembro de 2014, esse percentual já tinha saltado para 25%.

A pesquisa foi realizada entre abril e maio de 2014 e consultou aproximadamente 4 mil lares. O "Canal Combate" teve crescimento de 2.965% na base de assinantes, de 2005 a dezembro de 2014. Entre janeiro de 2010 e dezembro de 2014, o aumento registrado foi de 694%, um período em que vários lutadores brasileiros do UFC conquistaram cinturões. Segundo essa mesma pesquisa, o público que acompanha as lutas é jovem e qualificado, com 53% ocupando a faixa de 18 e 34 anos, e 77% deles fazendo parte das classes A e B. Já o público feminino dobrou: em 2005, apenas 18% do público de lutas era feminino, passando a 39% da audiência em dezembro de 2014.

Ainda que não se situe entre os objetivos do trabalho, outra justificativa para este projeto é o da relação entre as artes marciais mistas e o patrimônio mítico das artes marciais tradicionais. Entende-se que isso possa ser mostrado em elementos conhecidos, como os da “Jornada do Herói”, proposta por Joseph Campbell. A hipótese seria a de que, mesmo com a espetacularização e midiaticização ocorridas na criação desse produto midiático, os elementos de natureza mítico-arquetípica devem estar de alguma forma presentes também nas formas de prática das artes marciais mistas. Com efeito, a indústria cultural, ao moldar os produtos na linha de seus interesses mercadológicos, não tem como fazer tábula rasa daqueles elementos que ligam a cultura das artes marciais ao universo amplo do humano. Em momentos específicos, esse tema aparecerá como complementar às discussões de natureza mais diretamente ligada ao estudo do objeto, conforme os objetivos assinalados.

O referencial proposto abrange teóricos como Walter Benjamin, particularmente importante, no interior da Escola de Frankfurt, para este trabalho, pelo fato de esboçar uma leitura da comunicação de massa numa direção que, como iremos identificar, a aproxima do tema da compreensão. Com efeito, a forte conotação crítica da indústria cultural nos estudos de Adorno e Horkheimer, com quem não nos ocupamos diretamente neste trabalho, assume diferentes matizes em Benjamin, para quem essa indústria assume vieses que vão além das questões do mercado e da ideologia.

Zygmunt Bauman, por sua vez, contribui com sua obra para o entendimento de como a metáfora da modernidade líquida, vista sob os aspectos de tempo e espaço, individualidade, emancipação, consumo e descarte, superficialidade e fragilidade de vínculos, auxilia na percepção das artes marciais sendo transformadas em produtos de consumo, particularmente as artes marciais mistas, assumindo em muitos aspectos aquelas características que Bauman vê presentes na economia, na sociedade e na cultura atuais.

Norval Baitello Júnior, em perspectiva de Dietmar Kamper, propõe de modo incisivo o tema da perda do presente, diretamente associada ao excesso de imagens, sendo o homem levado à perda do contato vivo com o próprio corpo. Aqui, assumem importância símbolos como o da devoração de imagens ou das imagens que nos devoram, ou, ainda, da proeminência da “mídia terciária” (uma expressão de Harry Pross) e da preferência de imagens do corpo ao próprio corpo, na visão de Kamper.

Edgar Morin traz a visão do pensamento complexo como questionamento às limitações, ou mutilações representadas pelo pensamento que ele chama de reducionista. Em conversa muito próxima com o pensamento complexo está a visão compreensiva, um tema

tomado com ênfase para o estudo pelo grupo de pesquisa "Comunicação, Diálogo e Compreensão" e pelo projeto "A Compreensão como Método", desenvolvido pelo Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero em parceria com a Universidade de Antioquia, de Medellín, na Colômbia, de que o autor desta dissertação faz parte.

A mirada compreensiva enxerga a possibilidade de diálogo entre perspectivas distintas, a complementação de pontos de vistas e de teorias, que podem levar a entendimentos e complementaridades, lá onde o pensamento científico de tipo cartesiano veria apenas contradições. A visão da compreensão chama a atenção, entre outras coisas, para a prática do jornalismo veloz, em que as notícias, rápidas e curtas, provocam um efeito de “quanto mais se sabe menos se sabe”. Não é difícil ver a ligação disso com o assunto da midiatização e da espetacularização, que faz das artes marciais, em maior ou menor distância com suas filosofias tradicionais, produtos líquido-modernos, fugazes, velozes (Bauman), com fortes traços de culto às celebridades.

A espetacularização está cada vez mais presente no cotidiano das sociedades atuais, e o espetáculo pode ser observado em diversos lugares, como no espaço midiático e na política. A visão de Guy Debord (1997) a partir de sua obra mais importante, *A Sociedade do Espetáculo*, permitirá refletir sobre as imagens na sociedade e sobre o fetichismo das artes marciais e suas imagens, especialmente nos torneios UFC.

O teórico estadunidense Douglas Kellner (2001, 2004), fortemente influenciado pelas ideias de Guy Debord, também entende que a vida cotidiana seria permeada por diferentes níveis de espetáculo. O espetáculo é mesmo descrito pelo autor em sua obra como princípio organizador da economia, da política, da sociedade e da vida cotidiana, como, por exemplo, no comércio, na política, no terrorismo, na arquitetura, na moda e nos esportes, gerando o que tem sido chamado por alguns de sociedade do infoentretenimento. Kellner amplia, porém, a abordagem, trazendo o conceito da multiperspectividade, com base no perspectivismo de Nietzsche, segundo o qual “toda interpretação é necessariamente mediada pela perspectiva de quem a faz”, o que constrói de novo uma ponte com o pensamento compreensivo, que estrutura em sua essência esta pesquisa.

Essa ampliação da visão sobre o espetáculo, numa pegada de natureza compreensiva, nos leva a vê-lo, como adiantado, também como fato social e da cultura humana, constituindo um direito, muito além de seus significados mercadológicos. Cabe, nesse contexto, citar o conceito de *Homo ludens* a cujo estudo se dedica Johan Huizinga quando fala sobre o jogo, considerando-o uma categoria absolutamente primária da vida e, logo, anterior à cultura, tendo

esta evoluído no jogo. Partindo da noção de jogo em uma perspectiva histórica, enquanto fenômeno cultural e não biológico, e nem mesmo psicológico ou antropológico, Huizinga vai associando a ela, metodicamente, outras noções fundamentais para a civilização, como a Linguagem, a Competição, o Direito, a Guerra, o Conhecimento e a Poesia, além de analisar as formas lúdicas que algumas dessas práticas podem tomar.

Joseph Campbell e Christopher Vogler trazem conhecimentos referentes ao mito, um conceito fundamental, uma vez que a arte marcial está relacionada a termos como guerreiro, herói, trajetória, arauto e superação. Campbell enxergou a importância dos mitos nas culturas do mundo todo através dos milênios, entendendo o mito como a base de onde se originam todas as demais narrativas, inclusive as narrativas midiáticas. Vogler, por sua vez, um admirador das ideias de Campbell, propôs a adoção de fórmulas de estrutura narrativa que remetessem ao monomito, ou à ideia básica do "ciclo do herói", que comporia a estrutura de fundo de toda mitologia humana, na visão de Campbell. O mesmo Morin, que traz a proposta do pensamento complexo, também coloca a ideia de que os mitos nos propõem uma leitura antiga do mundo que continua existindo.

Yvana Fachine explora os estudos sobre a estesia sob uma perspectiva de semiótica discursiva, tal como este conceito foi proposto pelo semioticista Eric Landowski, princípio este apresentado como uma espécie de contágio coletivo pelas emoções e sentidos, mostrado, por exemplo, pela transmissão direta televisiva de eventos midiáticos.

Referente aos aspectos pertinentes à prática das artes marciais tradicionais e que parecem ter uma relação particular com a indústria cultural, Mitsugi Saotome foi escolhido como referência por se tratar de um nome reconhecido e respeitado no mundo das artes marciais tradicionais modernas. Discípulo direto do criador do Aikidô, Saotome traz aspectos práticos e filosóficos da arte marcial que não se limitam a essa modalidade de arte marcial. Um autor que também é fundamental para o mundo das artes marciais é o estadunidense Donn Draeger, pela cobertura de sua obra, e pela sua importância em ter colocado o estudo das artes marciais como tema acadêmico. Esses autores nos ajudam a entender as diferenças entre as artes marciais enquanto tais e como produto midiático da indústria cultural.

Outros autores são igualmente importantes para a perspectiva brasileira das artes marciais, entre eles Fellipe Awi, com seu *Filho teu não foge à luta: como os lutadores brasileiros transformaram o MMA em um fenômeno mundial*, lançado em 2012. É importante, ainda, a visão do esporte da mídia proporcionada por Mauro Betti, com referências diretas ao sociólogo alemão Norbert Elias, destacando o esporte – e, portanto, a arte marcial – como um

lugar socialmente permitido para a expressão da beligerância e da agressividade, de maneira controlada durante o processo civilizador.

Principles of Aikido (1989), de Mitsugi Saotome, é uma obra específica de um autor artista marcial com seu caminho marcial individual que permitirá o embasamento e fundamentação teórico sobre artes marciais, contribuindo para o esclarecimento da perspectiva a ser adotada para o entendimento das artes marciais tradicionais, sua evolução na contemporaneidade e, também, vislumbrar a aplicação da arte marcial em um contexto compreensivo.

A metodologia utilizada nesta pesquisa inclui, além do estudo do referencial teórico, como apontado, a busca pelo entendimento do processo de midiaticização e espetacularização através do estudo e descrição da organização do "Canal Combate", canal de TV pago com programação relacionada às artes marciais e esportes de combate, com foco em dois programas específicos de sua grade de programação: "Revista Combate" e "Combate News".

Procura-se também descrever a organização UFC (*Ultimate Fighting Championship*), sua origem, sua estrutura organizacional, sua evolução, sua importância econômica, como os eventos são organizados e promovidos e outros assuntos, como o da regulamentação do MMA como esporte.

Agrega-se a essas metodologias um conjunto de entrevistas em profundidade com profissionais e atletas do cenário de artes marciais bem como com profissionais do mundo da comunicação, jornalismo e mídia esportiva (um deles da ESPN e dois do próprio "Canal Combate"). Foram entrevistados Igor Resende (ESPN.COM.BR), Antônio Rodrigues (publicitário e professor universitário, que também é instrutor de Aikidô de graduação 6º Dan), Mário Tetto (instrutor de Aikidô, 4º Dan), Fernando Amaral (professor e competidor de Jiu-Jitsu) e, ainda, Bernardo Édler e Marcelo Alonso (repórteres do "Canal Combate"). Os textos transcritos dessas entrevistas encontram-se nos Anexos.

Também como parte da metodologia, foi conduzido o estudo do filme "Mais Forte que o Mundo: A Vida de José Aldo", uma produção brasileira baseada na vida do atleta de mesmo nome, e também o estudo de peças publicitárias e artísticas com a participação de atletas de artes marciais mistas, como Anderson Silva (no clip de "Ainda Bem", com Marisa Monte), José Aldo (energético TNT) e outros que contribuem para os objetivos definidos.

Este trabalho de dissertação está dividido em três capítulos. O primeiro, "O Universo Midiático das Artes Marciais Mistas", inicia com uma narrativa que reproduz uma cena real típica do mundo espetacularizado e midiático do UFC, procurando passar a percepção das

emoções e sentimentos que atletas, profissionais de mídia, empresários e espectadores vivem nos períodos que antecedem um evento de disputa de título. Na sequência, continua-se a reproduzir emoções e sentimentos, agora com a história de José Aldo, tentando deixar claro o porquê da escolha de Conor McGregor para a disputa do título e o ápice de um combate que dura exatamente treze segundos. A partir daí a narrativa é interrompida e o foco é direcionado para José Aldo, agora como o personagem principal do filme “Mais Forte que o Mundo”, lançado mundialmente em junho de 2016, apresentando informações sobre a motivação da obra, dados sobre produção, atores, direção, linha de criação, identificando aspectos e conceitos presentes no referencial teórico adotado.

Estando no campo da produção cinematográfica, nada mais apropriado do que contextualizar como chegamos até a atualidade, apresentando uma linha do tempo da presença das artes marciais no cinema desde os anos 1930, com os primeiros produtos midiáticos, passando pelas décadas de 1960 e 1970, com a expansão do cinema chinês representado por ícones como Bruce Lee, e o desenvolvimento da indústria de cinema estadunidense nas décadas seguintes, que trouxe os correspondentes, como Chuck Norris e Steven Seagal.

Nesse mesmo capítulo é apresentado o surgimento do fenômeno UFC como evento de espetáculo de combate e sua posterior evolução, então já como organização de promoção de eventos de combate de arena, que estruturou as artes marciais mistas (MMA), gerando o maior negócio global de promoção de combates e transmissão por canal de televisão paga. Neste sentido, passamos a localizar o foco no público de consumo brasileiro, com a apresentação do "Canal Combate", seu surgimento, o perfil da marca, estrutura da programação, com crescimento sem igual no período de 2005 a 2015. No estudo do "Canal Combate", é dado foco aos dois programas específicos, "Revista Combate" e "Combate News", programas que varrem a riqueza do mundo midiático das artes marciais mistas, dentro e fora do octógono (o formato do ringue no torneio UFC). Ainda neste capítulo, é apresentado brevemente o Aikidô, arte marcial japonesa criada no séc. XX, não competitiva e, em contrapartida, um exemplo de arte não levada ao nível do espetáculo midiático das artes marciais mistas.

No capítulo 2, “Corpo, Mídia e Espectáculo”, será proporcionada a visão dos conceitos e das teorias que servem como referenciais teóricos e que, no terceiro capítulo, auxiliarão na busca de como evidenciar o processo de midiática e espetacularização que ocorre nas artes marciais mistas como produto midiático da indústria cultural, na linha do objetivo geral e objetivos específicos da dissertação. Ganham destaque, entre outras, as contribuições de Zygmunt Bauman e a metáfora da modernidade líquida; de Guy Debord e a sociedade do

espetáculo; de Douglas Kellner, com o espetáculo e a multiperspectividade, Edgar Morin comparece com o tema do pensamento complexo, enquanto Norval Baitello Junior traz a perspectiva de Dietmar Kamper da perda do presente e do contato com o corpo associada ao excesso de imagens. Joseph Campbell e Christopher Vogler falam do mito, Johan Huizinga do *Homo ludens* e Norbert Elias trata das mudanças nas formas de exercício da agressividade ao longo do processo civilizador, Yvana Fechine com a perspectiva de Eric Landowski sobre a estesia, bem como outros autores que permitem enxergar o corpo e as artes marciais mistas como um produto midiático da indústria cultural, como Mauro Betti, e sua leitura do esporte na mídia sob a perspectiva de Norbert Elias e as mudanças na agressividade durante o processo civilizador. Por fim, mas não exatamente nesta ordem, é a vez de mencionar novamente Walter Benjamin, com sua visão específica da cultura de massa, como adiantado.

Fellipe Awi traz com sua obra o registro histórico do surgimento e desenvolvimento do MMA a partir das diversas modalidades de técnicas e esportes de combate, e o papel dos atletas brasileiros. Aqui e ali, como pano de fundo de toda a pesquisa, deixando-se vez ou outra expressar em palavras, encontra-se o tema da compreensão como método, a partir de como a questão é vista pelo projeto de pesquisa “A Compreensão como Método”, do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, em parceria com a Universidade de Antioquia, de Medellín, na Colômbia. É no bojo dessa questão da compreensão que se insere o tema do espetáculo como um direito – o que nos liga de alguma forma ao tema levantado por Benjamin, da democratização da cultura por intermédio da indústria cultural.

O terceiro e último capítulo, “Artes Marciais Mistas, Mídia e Espetáculo”, é dedicado a evidenciar como as artes marciais mistas se transformaram em um produto midiático de natureza midiática e espetacularizada. A partir do tema, objeto e problema claramente definidos na introdução e dos desenvolvimentos da pesquisa nos dois primeiros capítulos, cabe agora mostrar como ocorre a midiaticização e espetacularização nas artes marciais mistas através da metodologia apresentada, usando os indícios presentes nos programas escolhidos na grade de programação do “Canal Combate”, o entendimento da organização UFC, o estudo de elementos do filme “Mais Forte que o Mundo: A Vida de José Aldo”, as entrevistas em profundidade, e, ainda, o estudo de peças publicitárias e artísticas com a participação de atletas de artes marciais mistas, como Anderson Silva (no clip de “Ainda Bem”, com Marisa Monte), José Aldo (energético TNT) e outros, relacionando sempre com o suporte do referencial teórico e buscando respostas para os objetivos traçados.

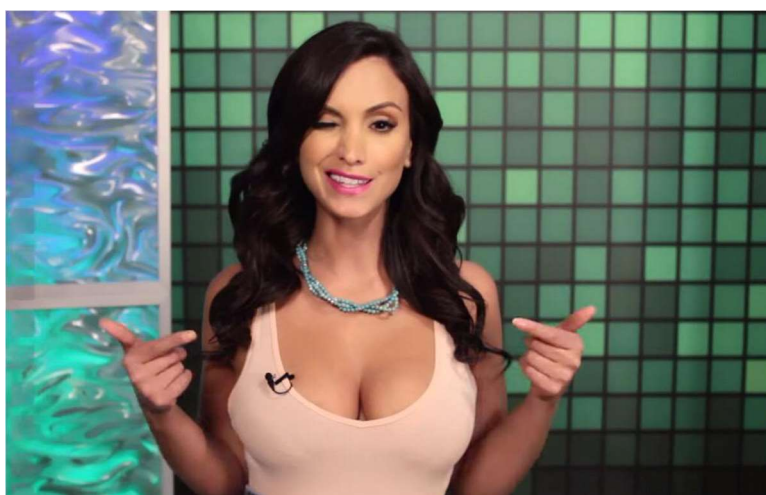
CAPÍTULO 1

O UNIVERSO MUDIÁTICO DAS ARTES MARCIAIS MISTAS

1.1. Narrativa de momentos do espetáculo

Crystal Marie Denha, “*@IamCrystalMarie - Pretty Girl, Dirty Mouth. TV Host/Producer*”, é como se apresenta nossa personagem principal que podemos ver na figura 1. Com 48 mil seguidores no Twitter, símbolo sexual, jovem, cabelos negros e longos, apresentadora do “The Fumble”, site de notícias esportivas. Morena, olhar sensual, firme, sorriso entreaberto, mãos levemente entrelaçadas, vestido que torneia o corpo, em tom de verde que contrasta com a parede do fundo do cenário, em blocos também de tons verdes variados. Imagem, corpo, movimento, sons, atenção, foco.

Figura 1- Crystal Marie Denha, apresentadora do The Fumble.



Fonte: Site *The Women of TV News*¹

Crystal Marie traz as notícias mais recentes sobre José Aldo e a disputa dos pesos Pena. Uma narrativa rápida, uma base de guitarra ácida no fundo durante sua fala, enquanto surge ao lado a foto de José Aldo, o atual campeão dos pesos Pena segurando o cinturão. Uma foto em preto e branco, desfocada, destacando músculos, o cinturão, traços rudes de um gladiador.

Sim, diz Crystal Marie, José Aldo teve uma lesão de costelas durante treinos e não enfrentará Conor McGregor no UFC 189 em julho de 2015, o que seria o combate mais promovido de todos os tempos do UFC. Assim, logo em seguida, reafirma a apresentadora, Dana White, o presidente e homem forte do UFC decidiu criar o título interino dos pesos Pena em função do suposto histórico de José Aldo de cancelar ou desistir de combates de disputas

¹ Site *The Women of TV News* disponível em < <http://thewomenoftvnews.proboards.com/thread/390/crystal-marie-denha-fumble> >. Acesso em 24 jul. 2016.

de títulos. Desapontado com José Aldo por não disputar o título, e por considerar que o polêmico irlandês Conor McGregor e o californiano Chad Mendes estão em condições, ocorrerá a disputa pelo recém criado título interino e, quando o campeão José Aldo estiver em condições, os títulos serão unificados. E, McGregor ao seu lado, provoca: “Eu o venci mentalmente antes que eu o vença fisicamente”, fazendo referência a José Aldo.

Corte para um novo enquadramento. Uma entrevista com José Aldo e Conor McGregor que mostra o quanto o irlandês sabe exercer com talento a arte de representar e provocar. Ambos em roupas sociais, elegantes, ternos e cortes de cabelo impecáveis, José Aldo com seu cinturão de campeão, Conor McGregor com sua atitude conhecida, peculiar, provocativa e irônica e que sempre surpreende, que o torna um agente do espetáculo, encaram-se na figura 2. Pode-se observar claramente a notória oratória do “@thenotoriousMMA”, como McGregor se identifica na rede social digital Instagram. Usando sua habilidade marcial no terreno mental, ele dispara em direção à intérprete, com uma segurança que parece tornar José Aldo tímido, pequeno: “Diga a ele que sou o papai dele”, como Crystal Marie observa.

Figura 2 - José Aldo e Conor McGregor encaram-se.



Fonte: Site Combate²

O UFC 189 ocorre em Las Vegas, em 11 de julho de 2015, no MGM Arena. McGregor prevê uma vitória sobre Chad Mendes por TKO (*technical knockout*) aos 4 minutos do primeiro

² Foto: André Durão. Site Combate. Disponível em <<http://sportv.globo.com/site/combate/noticia/2015/03/conor-mcgregor-possa-ficar-parado-para-deixar-que-jose-aldo-me-acerte.html>>. Acesso em 24 jul 2016.

round. O resultado não seria muito diferente disto. McGregor realmente venceu Mendes por TKO (*Technical Knockout*) e, a seguir, seu próximo passo seria enfrentar José Aldo para a unificação dos cinturões dos pesos Pena.

Toda esta encenação ocorre em pouco mais de dois minutos, permeada de uma riqueza ágil de sons, imagens, cores e indicações de referências a mídias sociais que, por sua vez, abrem inúmeras perspectivas com suas expressões e interpretações. Um teor de informações que pode nos levar a pensamentos, emoções, questionamentos, reflexões, julgamentos típicos do que é viver o espetáculo em suas diversas formas.

Especialistas do “Canal Combate” e o atleta do UFC Vitor Miranda comentam as "teorias da conspiração" em torno do combate entre Conor McGregor e Chad Mendes no programa “Revista Combate” de 14/07/2015. O resultado? Conor McGregor, o novo campeão interino dos pesos Pena, após vencer Chad Mendes em um combate considerado, por muitos, duvidoso. Mais uma vez, questiona-se um resultado, como outros anteriores: Anderson Silva X Chris Weidman no UFC 162, realizado em 6 de julho de 2013, no MGM Grand Garden Arena em Las Vegas; Dan Henderson e Rich Franklin, em Dublin, no UFC 93, e Lyoto Machida e Phil Davis, no UFC Rio 4, entre outros. Mas o UFC é uma organização privada, não é uma confederação, e o show deve continuar. O espetáculo é maior e segue adiante.

Rumo ao UFC 194, em 12 dezembro de 2015, quando José Aldo e Conor McGregor disputariam a unificação do cinturão. Porém, antes disso, já sabendo da polêmica que levou ao título interino, e também dos quase dez anos de invencibilidade de José Aldo, vem a pergunta: quem é Conor McGregor? De onde vem o irlandês e o que o habilitou à disputa do título dos pesos Pena?

Figura 3 – McGregor destacando o corte de seu terno.



Fonte: Site Bloody Elbow.com³

Conor McGregor, um guerreiro e atleta espetacular em diversos sentidos, seja na acidez de suas palavras, na repulsa e rejeição que provoca em muitos espectadores, ou na paixão que representa para a nação irlandesa, a tal ponto de ter feito um vídeo motivacional para a seleção irlandesa de futebol para a Euro 2016, em junho desse ano. Além de seu talento inquestionável como artista marcial, McGregor possui um talento inigualável em saber cuidar de sua imagem na mídia, com as palavras bem escolhidas, bordões bem colocados, olhares e sorrisos cínicos, com capacidade de expressão oral e corporal, é um artista de palco, e sabe chamar a atenção para seus ternos bem cortados como na figura 3.

Nas entrevistas coletivas antes dos combates, com seu sotaque irlandês característico, ele sabe estruturar respostas e perguntas afiadas, que excitam o público e desconcertam seus oponentes, que muito raramente são preparados para o combate em palavras como McGregor é. Isso ficou claro em diversos momentos, quando esteve em público com José Aldo, Rafael dos Anjos e Nate Diaz, entre outros. McGregor se diverte, é um prazer para ele, e o público acompanha. Quase sempre presente nesses momentos, Dana White, o homem forte do UFC, se mostra excitado, alegre com o show que toma conta de todos, a mistura de emoções e sentimentos que leva todos ao contágio coletivo, e muitos a, certamente, adquirir o direito de

³ Foto: Buda Mendes/Getty Images. Disponível em <<http://www.bloodyelbow.com/2015/6/26/8850463/ufc-189-jose-aldo-vs-conor-mcgregor-post-injury-betting-odds>>. Acesso em 24 jul. 2016.

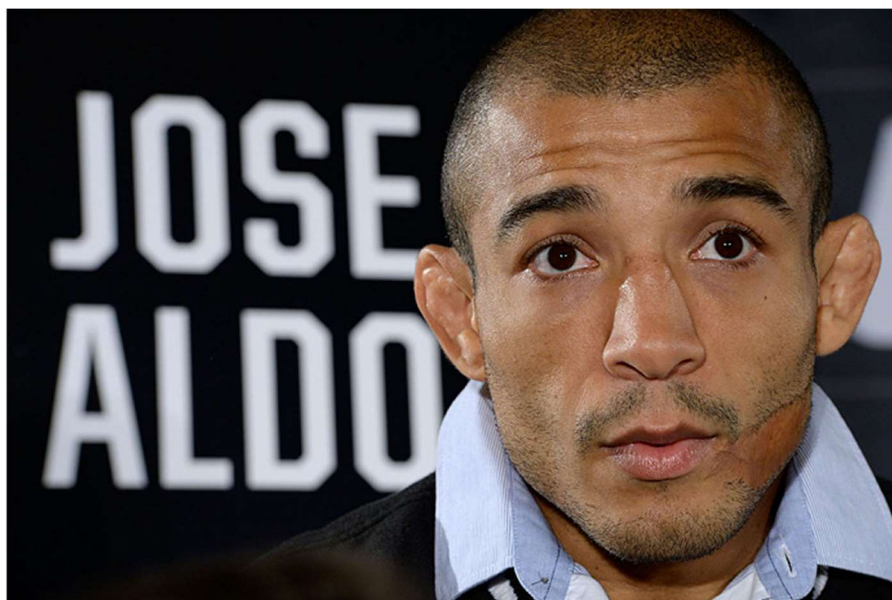
assistir aos combates pelo *pay per view*: dividendos certos para o UFC e seus parceiros, entre eles o "Canal Combate", da Globosat. Em alguns momentos, ele cruza linhas tênues, como em entrevista ao site americano TMZ Sports, o irlandês afirmou que não há um homem vivo que possa batê-lo no octógono, e ainda disse que, em uma briga com Jesus Cristo, "lhe daria uma surra".

Conor McGregor foi criado em uma família irlandesa típica de classe operária. Acredita-se que o pai não apoiava a sua decisão de viver das artes marciais, e gostaria que Conor tivesse uma profissão comum, pressionando-o a trabalhar como encanador em canteiros de obras. Mas Conor persistiu paralelamente como atleta marcial, praticando boxe e *kickboxing* e participando de competições locais. Iniciou sua carreira profissional em 2008, tornando-se campeão dos pesos leves no *Cage Warriors 51*, em abril de 2012 e, no ano seguinte, contratado pelo UFC. E desse momento em diante, a carreira se torna ascendente, chegando ao ponto de prever o resultado de vários de seus combates, inclusive o tempo de duração. Seu caminho encontra o de José Aldo em 12 de dezembro de 2015.

José Aldo, o manauara, é apelidado de "*scarface*" pelos americanos por sua cicatriz no lado esquerdo do rosto (figura 4), obtida em um acidente doméstico quando ainda criança. José Aldo, para nós brasileiros, próximo do estereótipo do imigrante do norte, empenhado, determinado, o exemplo do indivíduo que deixou sua terra, Manaus, e foi para o "sul" procurar seu caminho no Rio de Janeiro.

Mas quem é José Aldo? Com seu cartel irrepreensível de 27 combates desde 2004, com 25 vitórias e 2 derrotas, sendo 14 dessas vitórias por nocaute. A primeira delas, ainda em Macapá quando nocauteou Mário Bigola em 18 segundos com um chute na cabeça, no extinto evento EcoFight, em sua primeira edição. Dez anos depois, em 2014, já no UFC 179, foi consagrado com a "luta do ano", defendendo o Cinturão Pesos Pena contra o americano Chad Mendes.

Figura 4 - José Aldo Júnior, o campeão que matou a fome com título.



Fonte: Site MMA Space⁴

José Aldo merece atenção. Mais forte que o mundo?

José Aldo, em 2015, dez anos de luta invictos. Consagrado por seus feitos no octógono, que o levariam a ter um filme sobre sua vida, “Mais Forte que o Mundo: A História de José Aldo”, que viria a ser lançado em 16/06/2016, dirigido por Afonso Poyart (“2 Coelhos”) e estrelado por José Loreto, no papel de Aldo, e em destaque no cartaz de divulgação (figura 5), e Cleo Pires representando sua esposa Viviane Oliveira. Nas palavras de Poyart, o filme “funciona em diversos níveis, tem o drama, o romance, o humor, a ação das lutas. É um filme bem aberto para todos os públicos, fãs de combates ou não, é uma bela história de um vencedor que veio de baixo”. O caminho de um herói que combate, se supera, encontra obstáculos, inimigos, rumo ao sucesso, e, também, ao espetáculo midiático.

⁴ Foto: Jeff Bottari/Zuffa LLC/Zuffa LLC via Getty Images. Disponível em <<http://www.mmospace.net/jose-aldo-leva-tapa-de-conor-mcgregor-e-fica-irado-49048/>>. Acesso em 24 jul. 2016.

Figura 5 - Cartaz de divulgação do filme “Mais Forte que o Mundo - A História de José Aldo”.



Fonte: Site AdoroCinema.com⁵

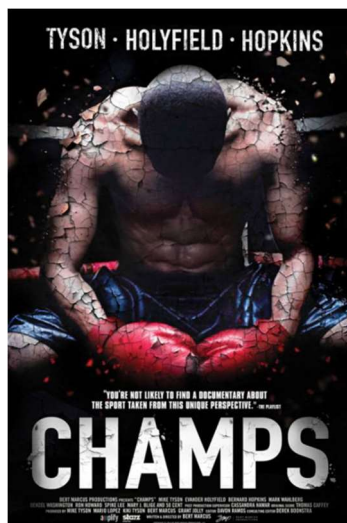
Além de José Loreto e Cleo Pires, o elenco tem ainda Jackson Antunes como Seu José, pai de Aldo; Cláudia Ohana como Dona Rocilene, mãe do atleta; Rafinha Bastos, Milhem Cortaz, Paulo Zulu, Rômulo Neto e Paloma Bernardi. Como bem observado por Pablo Villaça, do site CinemaemCena.com.br, em sua comparação da obra dirigida por Poyart com o documentário *Champs* (2015), “Mais Forte que o Mundo” representa uma obra peculiar para a realidade e para o cinema brasileiro.

Como explica Villaça, no documentário *Champs* (2015), na figura 6, as trajetórias dos boxeadores Mike Tyson, Evander Holyfield e Bernard Hopkins são resgatadas, apontando as origens humildes dos atletas como um elemento comum e marcante entre aqueles que se aventuram no esporte e que encontraram, no ringue, uma forma de escapar da miséria. Não foi à toa que Sylvester Stallone demonstrou compreender isso ao criar seu Rocky Balboa. Villaça traz aqui um comparativo entre Rocky que vinha de uma realidade de pobreza e, ainda assim, era um aristocrata se comparado a José Aldo Júnior, o inspirador da cinebiografia dirigida por Afonso Poyart e co-roteirizada em parceria com Marcelo Rubens Paiva. Nascido em Manaus, José Aldo Júnior (José Loreto) cresceu ao lado das duas irmãs em um lar mantido com dificuldade pelo pai (Jackson Antunes), altos e baixos, problemas com o álcool e violência doméstica, uma vida árdua para a esposa Rocilene (Cláudia Ohana). Tranquilo com relação à

⁵ Disponível em <http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-121063/>. Acesso em 24 jul. 2016.

segurança da mãe depois que esta abandona o marido, e cansado daquela realidade, Aldo se muda para o Rio e, com a ajuda do amigo Loro (Rafinha Bastos), se estabelece na academia de Dedé Pederneiras (Milhem Cortaz) com a ambição de tornar-se atleta profissional.

Figura 6 - Champs - Tyson, Holyfield e Hopkins.



Fonte: Site StereoChampions.com⁶

O drama do pai, no entanto, perseguirá Aldo durante o filme e, quem sabe, ao longo de sua vida. Poyart e Paiva estruturam a narrativa em torno da relação de Aldo com o pai e sua luta interna para encontrar algum tipo de paz. Momentos que refletem a intensidade da luta interna de cada personagem nessa convivência em frases como “Quando seu pai está bem, ele é ótimo”, defende sua pobre esposa, ou o próprio pai de Aldo em seu conflito interno, resumo perfeito de seu dilema, ao dizer “Pra todo canto que eu vou, eu acabo indo junto”. A presença do pai seria uma constante em sua vida, o receio permanente de que, quem sabe, ele mesmo viesse a se tornar um novo “José Aldo Pai”. Como expressa Pablo Villaça, o diretor Poyart e o co-roteirista Paiva não exitaram em colocar José Aldo como alguém distante do que poderíamos considerar como o retrato clássico do herói.

De volta à realidade de José Aldo Júnior, o homem e atleta, este finalmente encontraria Conor McGregor em 12/12/2015 no UFC 194, no MGM Grand Garden Arena, em Las Vegas, Nevada. Depois de meses de promoções, entrevistas e provocações, chegamos a uma incontestável vitória de McGregor que parece ter começado meses antes ainda fora do octógono. Em uma entrevista coletiva no programa *FOX Sports Live* em 24/03/2015 com Aldo

⁶ Disponível em <<http://stereochampions.com/champs-boxing/>>. Acesso em 24 jul. 2016.

e McGregor, promovendo o UFC 189, o irlandês chega a dizer a José Aldo: “*I’m your Daddy*” (“Sou seu Papai”). O espetáculo assume traços de algum modo aberrantes de comportamento, estesia, injustiça, que levam duas nações inteiras a se confrontarem em caráter nacional: Brasil X Irlanda.

McGregor fez seu show midiático perfeito durante todo o tempo. Falou e cumpriu, terminando com o reinado de José Aldo em apenas 13 segundos, com um cruzado de esquerda indefensável, se sagrando campeão Peso Pena do UFC. Mas, o que levou José Aldo a esse ponto? Foi um combate armado, encenado, como muitos especulam sobre um possível histórico do UFC de combates anteriores? McGregor haveria derrotado Aldo mentalmente durante o período de promoção de Aldo X McGregor, conforme ele mesmo havia previsto? Afinal, não foi a primeira vez que McGregor previu o desfecho de um de seus combates.

Após o nocaute, Aldo se recupera e mostra-se desorientado, como se não soubesse o que se passava. Ninguém e, obviamente, muito menos José Aldo, esperava por algo assim: um previsível soco direto de McGregor no peito de Aldo, seguido de um cruzado de esquerda de José Aldo que chega a atingir McGregor, e que revidaria com o fatídico cruzado de esquerda, levando Aldo ao nocaute, como na figura 7. No ringue, o choro contido, sem entender nada, e, no vestiário, junto à esposa, desolados, sem acreditar no que havia acontecido.

Após o combate, o MGM Grand Garden Arena e toda Las Vegas foram tomados pelos irlandeses. O público americano assumiu o lado da torcida irlandesa e foi possível ver um Conor McGregor mais forte que o mundo. Um novo combate em revanche seria a expectativa de José Aldo e sua equipe. No entanto, isso não iria ocorrer tão cedo.

Figura 7- McGregor nocauteia José Aldo no UFC 194.



Fonte: Site Midiamax.com.br⁷

⁷ Foto: John Locher/AP. Disponível em < <http://www.midiamax.com.br/esportes/ufc-194-jose-aldo-nocauteado-13s-mcgregor-novo-campeao-284190>>. Acesso em 24 jul. 2016.

1.2. O mito, o cinema e as artes marciais

O pensamento mítico é parte integrante e indissociável da natureza humana e de sua vida mental, espiritual, comportamental. Como afirma Künsch (2009-b, p.50), "mito é coisa séria, não é sinônimo de atraso, ilusão ou trevas. É, sim, uma maneira de a cultura humana ontem como hoje tentar dar conta dos segredos e mistérios do mundo".

Vistas sob a perspectiva mítica – tendo em conta o sentido positivo de mito, como forma de compreensão da vida humana e do mundo, na linha da proposição de uma epistemologia compreensiva –, as artes marciais revelam uma relação direta com a “Jornada do Herói” (Campbell, 2003): um caminho onde haverá um ou mais mestres ou mentores, com desafios e obstáculos a serem transpostos, e onde os guardiões do limiar se apresentam frequentemente. Como arte, entende-se haver técnica, liberdade de criação e expressão; artista e autor, sua obra, um espetáculo e o mercado. Assim como outras formas de arte, a arte marcial, ao se relacionar com o mercado, o modifica e é por ele modificada.

A série *Star Wars* (primeiro filme em 1977), criada por George Lucas, famosa pela Ordem dos Cavaleiros Jedi e combates com bastões de luz, se inspirou no conceito mitológico de Jornada do Herói, trabalhado por Joseph Campbell, sobretudo, na obra *O herói de mil faces* (2007). Antes disso, entre 1937 e 1939, o cinema já mostrava um exemplo marcante da globalização das artes marciais com o agente secreto japonês Mr. Moto, representado pelo ator alemão Peter Lorre: a imagem do oriental ocidentalizado, conhecedor da técnica marcial e da filosofia oriental.

Já nos anos 1970, as artes marciais se tornaram um mercado crescentemente significativo, um subconjunto do mais amplo “mercado esportivo”, incluindo dojôs de artes marciais, academias de ginástica e o mercado esportivo cinematográfico e televisivo, marcado por produtos midiáticos como “Enter the Dragon” (Bruce Lee, 1971), a série “Kung Fu” (David Carradine, 1972-1975), “The Karatê Kid” (1984), e um número incontável de filmes estrelados por artistas marciais/atores, como Chuck Norris, Steven Seagal e Jackie Chan, especialistas em um número amplo de artes marciais, e o personagem Jason Bourne, da Trilogia “Bourne” (2004, 2007, 2012), entre outros, contribuíram para a massificação midiática das artes marciais. A diferença entre o Mr. Moto de Peter Lorre, nos anos 1930, e a trilogia de Jason Bourne, setenta anos mais tarde, encontra-se especialmente no volume excessivo de imagens, uma evidência, na indústria midiática de artes marciais, da argumentação de Debord, de que há uma articulação entre o processo de acúmulo de capital e o processo de acúmulo de imagens: “O

espetáculo é o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem” (DEBORD, 1997, p. 25).

Segundo informações fornecidas pelo site UFC.com, entre o UFC 1, de 1993, transmitido exclusivamente em inglês para um público restrito de não mais que 100 mil espectadores, e o UFC 198, em Curitiba (14/05/2016), houve um significativo crescimento do espetáculo midiático das artes marciais, com igualmente crescente mercantilização e sinergia dos espetáculos de arena como todo o mercado de produtos e serviços relacionados. A organização UFC, com sede em Las Vegas e escritórios em Londres, Toronto e Singapura, produz 40 eventos ao vivo anuais, e é o maior produtor mundial de eventos *pay-per-view* do mundo, atingindo mais de 800 milhões de televisões em lares ao redor do mundo, em 28 diferentes idiomas. Esse crescimento é estimulado por associações com parceiros como o Fox Sports Media Group, e também pela concepção de produtos na linha de *reality shows*, como o “The Ultimate Fighter”, e pelo uso eficaz da estratégia da internet: “Facebook”, “Instagram” e “Twitter”.

E, como todo espetáculo, com seu aspecto teatral, quase circense, o UFC utiliza de estratégias nos eventos pré-combate (pesagens, entrevistas) em que os atletas estão presentes simultaneamente com os profissionais da mídia, viabilizando a criação de um contexto de animosidade, tensão, agressividade e expectativa. A audiência pode aumentar em função de combates específicos de atletas com maior popularidade ou mesmo supostos incidentes ocorridos nos eventos pré-combate, mostrando com isso as diversas possíveis ferramentas de que se faz uso para incrementar o alcance do espetáculo.

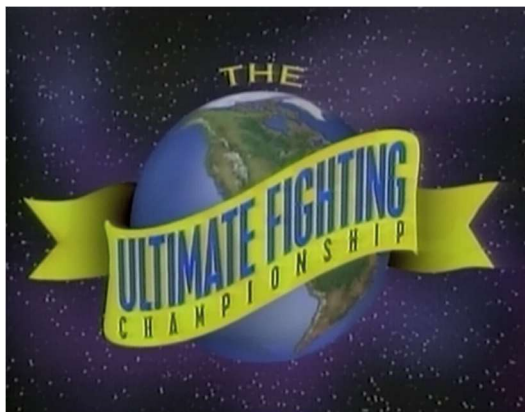
O mito, o pensamento mítico e sua relação com as artes marciais mistas serão retomados, com maior profundidade, no segundo capítulo, de natureza teórica, e, depois, no terceiro capítulo, de natureza mais empírica.

1.3. O UFC e as artes marciais mistas

Como informa Awi, em *Filho teu não foge à luta: como os lutadores brasileiros transformaram o MMA em um fenômeno mundial* (2012), no princípio dos anos 1990 surgiu nos Estados Unidos o UFC (*Ultimate Fighting Championship*), torneio de artes marciais com o objetivo de determinar o melhor atleta e a arte marcial mais eficaz. O evento ocorreu em 1993, tendo como um de seus mentores Rorion Gracie, o filho mais velho do falecido Hélio Gracie (1913-2009) e um dos responsáveis pela projeção do Jiu-jítsu na atualidade, ao lado de seu

irmão mais velho Carlos Gracie. Como representante do Jiu-jítsu, Royce Gracie, irmão mais novo de Rorion, seria um dos participantes. A seguir, na figura 8, uma das imagens de divulgação do evento.

Figura 8 - The Ultimate Fighting Championship - 1993



Fonte: Site TheComeBack.com⁸

Awi relata em detalhes a saga do clã brasileiro dos Gracie, grande responsável pelo fenômeno do “Gracie Jiu-jítsu” e do “Brazilian Jiu-jítsu”. É contada em detalhes a história de Rorion Gracie em suas tentativas para se estabelecer nos Estados Unidos, o crescimento da academia, o desenvolvimento de relacionamentos com alunos como o publicitário Art Davie que foi um de seus parceiros no primeiro evento UFC e o “mago do marketing” Jay Abraham que o aconselhou no desenvolvimento da academia e divulgação de vídeos de instrução de Jiu-Jitsu. Rorion havia trabalhado por um período no mercado cinematográfico de Hollywood como figurante, e desenvolvido boas relações com personalidades como John Milius, roteirista e diretor de cinema de Hollywood que, ao lado de Francis Ford Coppola, escreveu o cultuado *Appocalypse Now*. E com esta rede de relacionamentos que lhe deu apoio técnico do mundo do espetáculo cinematográfico, apoio financeiro de alunos e amigos, arrecadando US\$ 200 mil (duzentos mil dólares estadunidenses), Rorion Gracie, Art Davie, John Milius promoveram o UFC 1 em 12 de novembro de 1993 no McNichols Sports Arena em Denver, Colorado. O evento foi transmitido ao vivo em *pay-per-view* e mais tarde lançado em VHS.

⁸ Disponível em < <http://thecomeback.com/mma/ufc-most-significant-moments-4-billion.html>>. Acesso em 24 jul. 2016.

Figura 9 - Royce Gracie vence o UFC 1.



Fonte: Site SuperManPunch.com.br⁹

Awi em sua obra proporciona detalhes: nesse evento, os atletas eram apresentados por sua arte marcial, e o anúncio dizia claramente que não existiam regras. O torneio consistia em um espetáculo de uma única noite, no estilo “mata-mata”, em que cada combate vencido habilitaria o vencedor a participar da próxima disputa. Royce Gracie, na figura 9, venceu o UFC 1 com uma facilidade que demonstrava o que viria a ficar claro como um dos objetivos do evento: vender a eficácia do Jiu-jítsu da família Gracie. Ele viria a vencer também o UFC 2 (março de 1994), mas perdeu o UFC 3 (setembro de 1994) por desistência, mas venceu o UFC 4 (dezembro de 1994). No entanto, o UFC 4 representou um verdadeiro desastre para a organização do evento vendido em formato *pay per view* com duração de duas horas, que correspondeu ao período exato de sinal de satélite adquirido. Awi documenta em detalhes que cada assinante pagou o valor de US\$ 19,95 (dezenove dólares estadunidenses e noventa e cinco centavos), e o evento chegou a durar duas horas e três minutos, o que impediu que os três minutos finais do combate entre Royce Gracie e Dan Severn fossem transmitidos, se tornando um crime contra o consumidor. Além da devolução para os cerca de 260 mil pagantes, foi obrigatório o envio de uma fita VHS com a íntegra de todos os combates do evento. A partir deste incidente, uma das resistências surgiu dentro da própria organização do evento: a necessidade de rounds com tempo fixo. Se tornava claro o aspecto midiático televisivo que o evento estava tomando, e que representava uma divergência para a filosofia dos Gracie. Depois do UFC 4, discordando das novas regras que, no seu entendimento, tiravam o brilhantismo e realismo do espetáculo, Rorion Gracie, o idealizador do UFC, confrontou seus sócios e vendeu

⁹ Disponível em < <http://supermanpunch.com.br/ufc-1-royce-gracie-vs-art-jimmerson/>>. Acesso em 24 jul. 2016.

sua parte na sociedade. Seu irmão Royce Gracie, o vencedor das duas primeiras edições e da quarta edição comenta sobre sua percepção a respeito dos atuais combates nos eventos de MMA:

"Os caras dão dois socos, entram em *clinch*, tentam botar o outro pra baixo, jogam o cotovelo na cara e partem para o estrangulamento. Isso não é estratégia, é um desejo. Você deseja que a luta aconteça assim. Estratégia é saber o que o cara vai fazer para tirá-lo do jogo dele", diz (AWI, 2012, p. 8).

Como explica Awi (2012), nesta transição já era comum críticas de diversos jornalistas esportivos nos EUA que condenavam o UFC. Além disso, nos Estados Unidos, cada estado tem uma comissão atlética responsável por regulamentar a prática esportiva em seu território. O boxe é um esporte de peso, e o UFC se mostrava uma ameaça à cultura e valores americanos desde aquele momento, sendo que boa parte dos dirigentes tem ligações com o boxe. Uma crescente onda de resistência ao UFC tomou conta de parte das associações atléticas nos EUA, com forte apoio do senador republicano John McCain. Com a justificativa de que o UFC estimulava a violência, não possuía regras e representava riscos para os atletas, foram promovidas insistentes discussões na mídia, resultando no cancelamento de eventos em última hora, o que praticamente levou o UFC à falência.

Com o afastamento dos Gracie dos eventos do UFC, foi realizado o UFC 6, o primeiro sem os irmãos Gracie. No UFC 7 (1995) surge uma mudança de estratégia por parte dos produtores com o convite a Marco Ruas, o brasileiro representante do “vale-tudo”, a modalidade tida como precursora das artes marciais mistas e que foi responsável por abrir as portas do UFC para outros tantos brasileiros, entre eles, Vitor Belfort que viria a se tornar o campeão mais jovem do UFC e continuaria atuante até os dias atuais. Esta foi a largada para outros eventos que ocorreram no Brasil (o incipiente Desafio Internacional de Vale-Tudo Brasil Open), no Japão (Universal Vale-Tudo Fight Championship, e World Vale-Tudo Championship) e o International Vale-Tudo Championship, entre outros.

A partir de 2001, sempre acompanhando o trabalho de pesquisa de Awi (2012), após uma série de polêmicas que vinha levando o UFC à beira da falência, a proprietária SEG (*Semaphore Entertainment Group*) venderia o UFC por US\$ 2 milhões de dólares estadunidenses para a *Zuffa, LLC*, organização de propriedade dos executivos Dana White

(Presidente) e dos irmãos Frank e Lorenzo Fertitta. Dana White era um conhecido promotor de boxe, e os irmãos Fertitta, executivos do grupo *Station Casinos* com boa relação com a comissão atlética de Nevada. O evento seria reformatado, e o MMA é então criado com regras específicas, faixas de peso e *rounds* com duração de tempo fixa, supostamente para a preservação dos atletas, regulamentado pelas comissões atléticas de cada estado. Estava aberto o caminho para a ampliação do espetáculo midiático e do crescente volume de negócios. Nesse novo formato, inclusive com novo conceito gráfico como visto na figura 10, dentro do qual o UFC passa a ser uma organização, o objetivo parece ser cada vez mais o consumo pelo consumo, quando se observa a relação entre artes marciais, mídia e mercado, e como as imagens e a qualidade dos combates são produzidas nessa interação. Há fortes evidências de falta de conexão tanto com o mundo externo quanto com o mundo interno individual de cada atleta, o que esta pesquisa irá se encarregar de mostrar.

Figura 10- Logomarca do UFC em 2001.



Fonte: Site Logodownload.org¹⁰

Para o observador comum, a qualidade das imagens mostra, já numa primeira análise, fortes indícios de que pouco se cria: sua produção se dá a partir de imagens pré-existentes, mostrando estereótipos que levam a outros, como a crescente padronização do perfil dos atletas de acordo com duas ou três artes marciais principais em sua formação (Jiu-jítsu, muay-thai, boxe) e mesmo a padronização estética por meio de cabeças raspadas, tatuagens e o discurso midiático nas entrevistas. Os atletas perderam o direito a seus patrocinadores, e a *Reebok*, uma empresa, originalmente britânica, de equipamentos esportivos, recentemente vendida para o grupo Adidas, passou a ser responsável por toda a imagem dos atletas dentro e fora do octógono.

Entre julho e dezembro de 2015, período decisivo de planejamento do projeto de pesquisa, procurou-se por uma definição formal oficial para MMA como arte marcial, esporte

¹⁰ Disponível em < <https://logodownload.org/ufc-logo/>>. Acesso em 24 jul. 2016.

ou atividade cultural formalmente reconhecida no Brasil, não se encontrando com facilidade. Essa busca de referências oficiais foi feita, então, junto ao Ministério do Esporte (no site oficial e por chamada telefônica ao ministério), entidade responsável por esse tipo de classificação. Por outro lado, o site oficial do UFC no Brasil já disponibilizava de maneira fácil o estatuto do MMA, suas “regras unificadas e outros regulamentos importantes das artes marciais mistas”. Esta é uma situação em que a dinâmica da globalização, com a troca de informações na rede, e da mercantilização de um produto se mostra mais ágil do que as instituições públicas parecem poder acompanhar e se adaptar.

Seguindo a definição adotada pela organização UFC, e descrita em “Regras e Regulamentos”, o MMA pode ser definido do seguinte modo:

"Artes marciais mistas" significam combates desarmados envolvendo o uso, sujeito a quaisquer limitações estabelecidas nessas Regras Unificadas e outros regulamentos aplicáveis pela Comissão, de uma combinação de técnicas de diversas disciplinas das artes marciais, incluindo, e sem limitação, o agarramento, golpes de finalização, chutes e ataques efetivos.

“Combate Desarmado” significa qualquer forma de competição na qual um golpe é dado com uma expectativa razoável de poder causar alguma contusão. “Lutador Desarmado” significa qualquer pessoa que participe de um combate desarmado.

“Comissão” significa a Comissão atlética aplicável ou o corpo regulatório que controla as lutas, exibições ou competições de artes marciais mistas.

As “Regras e Regulamentos” seguem esclarecendo, detalhadamente e de forma, toda a estrutura referente a pesos e divisões, ringue/requisitos e equipamento para a área de combate, bancos (para uso dos lutadores nos intervalos entre *rounds* e para a comissão técnica), equipamentos, especificações para bandagens das mãos, protetor bucal, equipamento protetor, luvas, trajes, aparência, duração do round, interrupção da competição, julgamento, faltas, contusões sofridas por golpes legais e faltas e tipos de resultados de um combate.

E o que vinha sendo discutido desde o início de 2015 se torna público em 11/07/2016, conforme reportagem no site do *New York Times*: “*U.F.C. Sells Itself for \$4 Billion*”: a aquisição do UFC pelo grupo de entretenimento WME-IMG pela quantia aproximada de US\$ 4 bilhões de dólares estadunidenses. Segundo o site Exame.com, o grupo WME-IMG administra e representa mais de 800 eventos e entidades de esporte, moda e estilo de vida, entre

eles a *Premium League* (liga de futebol da Inglaterra), a Copa do Mundo de Rugby e a NCAA (instituição máxima do esporte universitário dos Estados Unidos), e já cuidava da divulgação do UFC e de alguns de seus atletas há algum tempo. O histórico desta transação será explorado mais a fundo no terceiro capítulo em uma análise do processo de midiatização e espetacularização das artes marciais mistas.

Em 9/7/2016, tivemos o tão esperado UFC 200, por ser a ducentésima edição, 23 anos após a primeira edição em 1993, e cuja promoção vinha prometendo dimensões de um espetáculo com espetáculos à parte, sem precedentes. Segundo o mesmo artigo do *New York Times*, cerca de 18 mil fãs compareceram ao evento em Las Vegas. Houve surpresas, como o cancelamento do evento entre Jon Jones X Daniel Cormier por Jones ter sido testado positivamente pelo uso de uma substância não permitida, a não participação do polêmico Conor McGregor (que participará do UFC 202). Além disto, não é possível contar com Ronda Rousey, participando da produção de um filme e tendo recentemente passado por uma cirurgia no joelho.

1.4. O "Canal Combate"

Segundo o MMA Brasil, um site com artigos opinativos e analíticos sobre esportes de combate em geral, especialmente sobre as artes marciais mistas, a data de 5/2/2011 é conhecida no meio como marcante para a popularização da modalidade no país, o dia do evento transmitido em canal pago que, definitivamente, marcou a midiatização e espetacularização das artes marciais mistas no Brasil. O UFC 126, vendido na época como "A Luta do Século", entre Vitor Belfort e Anderson Silva, mostrou um pico de assinantes buscando o "Canal Combate" (logomarca conforme figura 11) para assinaturas pelo evento, mesmo que não se tornassem fãs cativos.

Figura 11 - Logomarca do Canal Combate.

A logomarca do Canal Combate, exibida em uma fonte sans-serif em negrito e cor vermelha. O texto "COMBATE" está centralizado na página.

Fonte: Site Combate¹¹

¹¹ Disponível em < <http://sportv.globo.com/site/combate/>>. Acesso em 24 jul. 2016.

Criado como “Première Combate” em 9/8/2002 trata-se, no caso do Combate, do primeiro canal do mundo dedicado 24 horas aos esportes de combate, tendo transmitido até a data deste estudo, na íntegra, todas as edições do UFC. Antes desta data, VTs dos principais eventos nacionais e internacionais já eram transmitidos pelo antecessor “Première Esportes”.

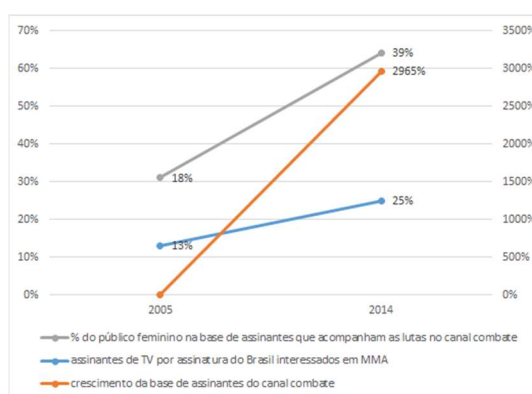
A grade de programação do "Canal Combate" consiste de:

- **“Arena Combate”**- Exibição de eventos de tatame. Aos domingos, 19h00min.
- **“Combate News”**- Programa que analisa as notícias que marcaram a semana nos esportes de lutas. Sempre as quintas, 20h00min.
- **“Hora do MMA”**- 1 hora com as melhores lutas do esporte. As terças, 21h00min.
- **“Passando a Guarda”**- Traz os bastidores do mundo da luta. É o primeiro programa de lutas da TV Brasileira. Sempre as quartas, 22h00min.
- **“Revista Combate”**- Análises, entrevistas e um resumo dos eventos da semana, além das notícias mais quentes da luta. Exibido as terças, 20h00min.
- **“Sensei Combate”**- Reapresentação do programa exibido pelo SporTV.
- **“Sessão Combate”**- Filmes e documentários sobre os atletas que fazem a história dos esportes de ação.
- **“UFC Ultimate Insider”**- Revista semanal com os bastidores e notícias relacionadas ao Ultimate. As sextas, 20h30min.
- **“Countdown to UFC”**- Programa que antecede a edições de *pay-per-view* do UFC, com as histórias e preparação dos atletas que disputarão as lutas.
- **“The Best of Pride FC”** - Reapresentação das lutas do evento japonês que conquistou o mundo e abriu caminho para nomes consagrados do esporte.
- **“The Ultimate Fighter”**- Reality show que revela novos nomes para o UFC.
- **“UFC Now”**- Programa que analisa os lutadores do evento na visão de nomes do esporte.
- **“UFC Series”**- Mostra combates históricos do UFC e exibe lutas antigas dos atletas que disputarão as próximas edições do evento.
- **“UFC Unleashed”**- Uma maratona de lutas históricas do evento.

Uma pesquisa encomendada pelo "Canal Combate" mostrou que, em 2005, apenas 13% da base de TV por assinatura do Brasil tinha interesse pelo MMA, e que, em dezembro de 2014, o percentual era de 25%. A pesquisa qualitativa ocorreu entre abril e maio de 2014 e consultou aproximadamente 4 mil lares. O "Canal Combate" teve crescimento de 2.965% na base de

assinantes, de 2005 até dezembro de 2014. Entre janeiro de 2010 e dezembro de 2014, o aumento registrado foi de 694%, num período em que vários lutadores brasileiros do UFC conquistaram cinturões. Segundo esta mesma pesquisa, o público que acompanha as lutas é jovem e qualificado, com 53% ocupando a faixa de 18 e 34 anos, e 77% deles fazendo parte das classes A e B. Já o público feminino dobrou: em 2005, apenas 18% do público de lutas era feminino e passou a representar 39% da audiência em dezembro de 2014. A figura 12 representa graficamente este crescimento.

Figura 12 - Crescimento MMA no Brasil de 2005 a 2014



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados disponibilizados pelo Canal Combate¹²

Em entrevista concedida em abril de 2016, Bernardo Edler, jornalista do SporTV desde 2011 e dedicado ao "Canal Combate" desde 2013, observa as diferenças de estrutura entre os programas "Revista Combate" e "Combate News". Conforme Edler detalha em sua entrevista, os dois produtos tem características distintas, mas se complementam. Ambos são programas da grade, é importante deixar claro. O "Revista Combate" é um programa de uma hora que começa a ser pensado na quinta-feira para ir ao ar na terça-feira seguinte. O "Revista", como é chamado, foca nos eventos que acabaram de acontecer, como possivelmente o combate que ocorreu no sábado anterior ou que vai ocorrer no sábado seguinte, temas sobre atletas, por exemplo. Já o "Combate News", que é um produto mais jovem, é um programa de trinta minutos que, em geral, conta com um profissional de jornalismo com profundo conhecimento do cenário das artes marciais mistas, como Marcelo Alonso, também do "Canal Combate". A proposta é, quase sempre, trazer pessoas da mídia para debater as notícias que não puderam entrar no "Revista Combate".

¹² Disponível em < <http://esporte.ig.com.br/lutas/2014-12-04/audiencia-do-ufc-cresce-no-brasil-mas-franquia-sente-falta-de-anderson-em-2014.html>>. Acesso em 24 jul. 2016.

Em sua entrevista, Edler lembrou que o "Canal Combate", assim como o Multishow, o GNT e outros canais, é da GloboSAT, e os produtos são desenvolvidos pelas equipes utilizando recursos compartilhados. Como exemplo, referindo-se à produção da "Revista Combate", Edler comenta, "Nós temos uma ilha de edição por dia durante seis horas. Nessas horas a gente mata as demandas do Revista e dos VTS que rodamos durante as transmissões. O "Combate News" tem uma cota de 2 ilhas de edição: uma na quarta e outra na quinta, avulsas, separadas do "Revista Combate" (Vide Anexos).

Há ainda, sempre de acordo com Edler, a percepção interna nas equipes de que os dois programas estão em um processo de amadurecimento contínuo de suas linhas editoriais, e que vez ou outra se confundem. Os dois programas serão estudados em detalhe no terceiro capítulo.

1.5. O Aikidô

A partir dos elementos informativos disponíveis sobre as artes marciais mistas é possível estabelecer uma relação comparativa com a filosofia das artes marciais tradicionais. O Aikidô é uma arte marcial de origem relativamente recente, mas que preserva elementos importantes, comuns às artes marciais tradicionais: a disciplina, o cultivo do respeito e da honra pelos mais velhos e mais experientes, o formalismo e regras de etiqueta no ambiente da prática. O Aikidô possui características particulares, como o fato de não ser um esporte de combate, e também ser uma arte marcial não-competitiva, que são de interesse para os estudos do grupo de pesquisa "Comunicação, Diálogo e Compreensão" e do projeto "A Compreensão como Método", desenvolvido pelo Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero em parceria com a Universidade de Antioquia, de Medellín, na Colômbia, de que o autor desta dissertação faz parte.

Figura 13 - Morihei Ueshiba, o fundador do Aikidô



Fonte: AikidoJournal.com¹³

De acordo com Mitsugi Saotome (1989), o Aikidô é o caminho da unificação com a energia da vida. Segundo Stanley Pranin (1991), o Aikidô foi uma arte marcial desenvolvida por Morihei Ueshiba (1883-1969, figura 13) entre os anos 1930 e 1960, principalmente a partir dos ensinamentos de Sokaku Takeda, um mestre em Daito-ryu Aiki-jujutsu, esta sim uma arte marcial para fins de combate, originalmente praticada pelos samurais. Morihei Ueshiba gradualmente trabalhou as técnicas ao seu modo, até o momento em que incorporou ao Aikidô aspectos de práticas religiosas e filosóficas com sua aproximação com o monge Onisaburo Deguchi, um dos líderes da religião Oomoto-kyo, ainda segundo Pranin (1991). Autores como Saotome (1989), Pranin (1991), entre outros mestres do Aikidô, apontam algumas características que diferenciam o Aikidô das demais artes marciais, destacando-se o fato de ser uma arte marcial não competitiva em que não há torneios ou campeonatos.

A prática do Aikidô, como pontuam esses autores, consiste em treinos nos quais os “aikidocas” se colocam em situações que, aos olhos de um observador comum, parecem ser um ataque simulado, feito pelo “Uke”, o suposto atacante. O "Uke" é aquele que inicia alguma intenção, cabendo ao “Nage” ou “Tori”, o que aplicará uma ação em resposta, desenvolver um movimento a partir da intenção proporcionada pelo "Uke". Este, agora, é o receptor da resposta

¹³ Foto: *Morihei Ueshiba Portrait for Dojo Display*. Disponível em <<http://aikidojournal.com/2015/10/23/morihei-ueshiba-portrait-for-doj-display-12-99/>>. Acesso em 24 jul. 2016.

do “Nage”, tendo em vista os espaços disponíveis, os possíveis erros, vazios etc., encontrando aí uma estratégia para levar a um termo de equilíbrio.

O Aikidô consiste em movimentos com princípios circulares, elípticos, evitando o confronto direto, sem embate, porém sem fuga, procurando o equilíbrio entre as forças envolvidas. Hoje em dia, o Aikidô pode ser encontrado em todo o mundo, em vários estilos, com amplas interpretações. No entanto, todos eles possuem o conhecimento adquirido a partir de Ueshiba, em que a preocupação com o bem-estar do oponente procura ser enfatizada. No capítulo dois será dada maior ênfase nos aspectos teóricos dos princípios do Aikidô, segundo Mitsugi Saotome em *Principles of Aikido* (1989).

Mitsugi Saotome (1937) foi aluno direto, um discípulo pessoal de Morihei Ueshiba, o criador do Aikidô, e um dos instrutores do Hombu Dojo, a academia central de Aikidô em Tóquio. Em 1975, Saotome se estabeleceu nos Estados Unidos e desde então seus esforços resultaram na criação da organização “*The Aikido Schools of Ueshiba*” que agrega mais de cem dojôs (escolas) de Aikidô na América do Norte. Saotome Sensei publicou os livros *Principles of Aikido* (1989) e *Aikido and the Harmony of Nature* (1993). Como parte de sua obra, também foi desenvolvido um breve manual de treinamento (*Training Handbook*, 2008), de autoria de Mitsugi Saotome e Hiroshi Ikeda, um de seus discípulos.

Em *Principles of Aikido* (1989), ele explica em detalhes a filosofia e a prática do Aikidô, enfatizando a harmonia e a resolução pacífica de conflitos. Sua obra representa um registro de imagens ilustrando os princípios e técnicas básicos, incluindo o uso da espada de madeira e técnicas com as mãos livres, bem como o que Saotome considera serem atitudes físicas, mentais e espirituais apropriadas à prática da arte marcial e de como aplicar a sabedoria do Aikidô no dia-a-dia.

“Ai” de harmonia, unidade, estar em acordo ou união. “Ki” de espírito, força vital, energia criativa universal. “Do” de caminho. Conforme Saotome (1989), a movimentação do Aikidô representa o movimento dinâmico de forças da energia universal. O autor enfatiza que o poder do Aikidô é o poder da mente, espírito e corpo movendo-se em harmonia com tudo a seu redor. Sua origem é o Budô, um termo marcial que, apesar de representar o conjunto das artes ou caminhos marciais de origem japonesa, é tido por Morihei Ueshiba (1883-1969), o criador do Aikidô, como sendo o caminho do amor, representando o resultado de um processo de mudança e refinamento de mais de dois mil anos através de uma contínua seleção natural marcial. Praticamente um torneio de artes marciais de dois milênios, gravado em sangue, mas que mantém uma essência.

Tendo vivido em um período em que o Japão passou por diversas guerras, Morihei Ueshiba foi um artista marcial com profundo interesse no Budô, o conjunto das artes e técnicas marciais japonesas, e também no pensamento espiritual, tendo tido a influência de práticas religiosas e filosóficas com sua aproximação com o monge Onisaburo Deguchi, um dos líderes da religião Oomoto-kyo, ainda segundo Pranin (1991).

Morihei Ueshiba reconhecia e entendia intimamente a harmonia e o poder da forma do processo criativo a partir do qual todas as coisas surgem. Seu conhecimento vinha de sua arte com a espada, entendendo seu processo criativo como sendo o Budô. Sua compreensão e o brilhantismo de sua obra estão expressados pelo que Saotome expressa um dos princípios do Aikidô como sendo “a proteção de toda forma de vida através de uma aplicação gráfica e poderosa da verdade universal” e mostra por sua exposição serem os movimentos do Aikidô formas de criação ao invés de destruição, por uma lógica de aplicação de energia que leva à criação de harmonia e justiça a partir de um contexto original de violência (1989).

Saotome convida à reflexão para o fato de que seria simples e de pouco ou nenhum valor para situações reais de conflito, a pura teorização sobre harmonia e justiça, através uma exposição verbal, racionalismo, nos modelos convencionais cientificistas. Saotome segue com a questão prática, trazendo o desafio de que aplicar a harmonia e justiça nas situações que enfrentamos no dia-a-dia “requer um entendimento profundo e uma confiança sincera”. A lógica pode nos dizer que a verdade está no processo da harmonia, que determinada atitude ou postura ética deve ser seguida. No entanto, quando algo de valor está em jogo e dependendo do resultado de determinada situação real, nossa confiança nessa lógica se quebra, pois frases belas e ideais eloquentes costumam ser esquecidas diante das pressões da realidade. Saotome propõe um paralelo entre a Filosofia e o Aikidô, colocando que, na Filosofia, a teoria da verdade é expressa em palavras, mas a verdade do Aikidô é expressa em ação, a teoria comprovada na prática. Pela aplicação física dos princípios dos movimentos do Aikidô, desenvolve-se um entendimento profundo que passa antes pelo coração, pelo sentimento, e não pela mente racional. A confiança na força do Aikidô, segundo Saotome, vem com a prática e a experiência.

O treinamento pela arte do Aikidô está no desafio colocado a si próprio, no Eu, e não ao outro. A confiança pessoal é desenvolvida ao se confrontar os próprios medos e dúvidas pessoais e, desta forma, levando o espírito negativo de combate a se tornar um espírito positivo de combate. O estresse e a pressão de um treinamento sério, sincero e dedicado de Aikidô, em que o indivíduo se entrega, trazem à superfície e expõem aspectos mentais, emocionais,

psicológicos e espirituais, em um laboratório seguro, uma atmosfera controlada de respeito e estudo mútuo.

Conforme tradução livre deste autor a partir do *ASU Student Handbook*¹⁴ que reflete os princípios da obra *Principles of Aikido* (1989) para os praticantes da arte Aikidô:

A força negativa não é confrontada com conflito, mas unida, controlada e redirecionada através do poder e equilíbrio de movimentos espirais. Esta é a forma do Aikidô e é a forma dinâmica na fundação de todas as formas de energia da existência. O movimento do Aikidô só pode ser entendido a partir de suas raízes nas leis universais e nos processos da natureza. A prática e o estudo sinceros aprofundam nossa apreciação pela perfeição do equilíbrio da natureza e nos traz de volta ao equilíbrio com nosso ambiente, com os demais e com nós mesmos.

A partir da visão de Saotome, relacionando-a com conceitos como estratégia e incerteza, coerentes com pensamento complexo como apresentado por Edgar Morin, parece coerente uma proposta que apresente o Aikidô como uma arte marcial que desenvolve uma abordagem, atitude e consciência compreensivas no indivíduo e também uma arte marcial que se coloca numa outra perspectiva com a indústria cultural, como um reflexo da própria natureza dos princípios do Aikidô.

Para os objetivos desta dissertação, dois vídeos com demonstrações da arte Aikidô são especialmente recomendados, ambos disponíveis na plataforma *Youtube*: “Mitsugi Saotome Shihan at Aikido Eastside in 2016” e “Seki Shoji Shihan - 54th All Japan Aikido Demonstration (2016)”¹⁴.

¹⁴ As referências são respectivamente:

Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=dZOETwQ8U5s>>. Acesso em 14 Ago. 2016.

Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=bzE79i4ah_4>. Acesso em 14 Ago. 2016.

CAPÍTULO 2
CORPO, MÍDIA E ESPETÁCULO

Neste capítulo será proporcionada a visão dos conceitos e das teorias que servem como referenciais teóricos e que, no terceiro capítulo, auxiliarão na busca de como evidenciar o processo de midiaticização e espetacularização que ocorre nas artes marciais mistas como produto midiático da indústria cultural, na linha do objetivo geral e objetivos específicos da dissertação. Optou-se por tratar cada conjunto de conceitos separadamente procurando assim facilitar o entendimento dessas contribuições teóricas, ainda que, com a leitura, seja possível perceber a existência de relações de convergência. E, ainda nesta abordagem, cuidando de apontar algumas chaves interpretativas para o fenômeno das artes marciais mistas, na linha dos objetivos propostos para a pesquisa.

Ganham destaque as contribuições de Zygmunt Bauman (2000) e a metáfora da modernidade líquida; de Guy Debord (1997) e a sociedade do espetáculo; de Douglas Kellner (2001), com o espetáculo e a multiperspectividade, Edgar Morin (2015) com o tema do pensamento complexo, enquanto Norval Baitello Junior (2014) traz a perspectiva de Dietmar Kamper sobre a perda do presente e do contato com o corpo associados ao excesso de imagens. Joseph Campbell (2007, 2013) e Christopher Vogler (2006) falam do mito, Johan Huizinga (2014) do *Homo ludens* e Norbert Elias (2011) trata das mudanças nas formas de exercício da agressividade ao longo do processo civilizador, a Yvana Fachine (2010) com a perspectiva de Eric Landowski sobre a estesia, bem como outros autores que permitem enxergar o corpo e as artes marciais mistas como um produto midiático da indústria cultural, como Mauro Betti (2002), e sua leitura do esporte na mídia sob a perspectiva de Norbert Elias (2011) e as mudanças na agressividade durante o processo civilizador. Por fim, mas não exatamente nesta ordem, é a vez de mencionar novamente Walter Benjamin (2012), com sua visão específica da cultura de massa, adiantado no tempo, com uma perspectiva de democratização.

Fellipe Awi (2012) traz com sua obra o registro histórico do surgimento e desenvolvimento do MMA a partir das diversas modalidades de técnicas e esportes de combate, e o papel dos atletas brasileiros. Aqui e ali, como pano de fundo de toda a pesquisa, deixando-se vez ou outra expressar em palavras, encontra-se o tema da compreensão como método, a partir de como a questão é vista pelo projeto de pesquisa “A Compreensão como Método”, do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, em parceria com a Universidade de Antioquia, de Medellín, na Colômbia. É no bojo dessa questão da compreensão que se insere o tema do espetáculo como um direito – o que nos liga de alguma forma ao tema levantado por Benjamin, da democratização da cultura por intermédio da indústria cultural.

2.1. Bauman e a metáfora da “modernidade líquida”

Zygmunt Bauman, sociólogo polonês que iniciou sua carreira na Universidade de Varsóvia, se destacou, acima de tudo, com a metáfora da modernidade líquida na década de 1990. Antes disto, no entanto, Bauman já havia determinado um ponto marcante na discussão da modernidade, com sua obra *Modernidade e o holocausto* (1989), em que ressalta como o significado do Holocausto pôde ser subestimado em nossa compreensão de modernidade: ora o Holocausto é reduzido a algo que aconteceu com os judeus, ora é visto como representando aspectos repulsivos da vida social que o progresso da modernidade irá gradualmente superar (Bauman, 1998).

Uma das características da cultura da sociedade pós-moderna, ou líquido-moderna, segundo Bauman, e também defendido de forma semelhante por outros estudiosos como Fredric (2005), Featherstone (1995) e Baudrillard (1992), é a de esta ser uma sociedade-cultura de consumo, que reduz o indivíduo à condição de consumidor, como uma das consequências da automatização do sistema de produção. Nessa sociedade, os novos formatos do consumo estão relacionados com a tecnologia, com os meios de comunicação, com as indústrias da informação, que buscam expandir uma mentalidade consumista, a serviço dos interesses econômicos, e com as maneiras de ser e de ter do homem pós-moderno.

Na modernidade líquida, segundo Bauman (2000), ou sociedade dos consumidores – para distinguir da sociedade anterior, dos produtores, o modo de produção e de circulação dos bens, os padrões de desigualdade no acesso aos bens materiais e simbólicos, a maneira como se estruturaram as instituições da vida cotidiana (a família, o lazer, espaços urbanos públicos e privados, entre outros), estão, em última instância, relacionados com o consumo.

Modernidade líquida é a expressão que Bauman utiliza para se referir ao momento da História em que vivemos. Em entrevista por *email* à revista ISTOÉ, Bauman reflete:

Líquidos mudam de forma muito rapidamente, sob a menor pressão. Na verdade, são incapazes de manter a mesma forma por muito tempo. No atual estágio “líquido” da modernidade, os líquidos são deliberadamente impedidos de se solidificarem. A temperatura elevada — ou seja, o impulso de transgredir, de substituir, de acelerar a circulação de mercadorias rentáveis — não dá ao fluxo uma oportunidade de abrandar, nem o tempo necessário para condensar e solidificar-se em formas estáveis, com uma maior expectativa de vida (BAUMAN, 2010).

Os líquidos, diferente dos sólidos, não mantêm sua forma com facilidade. Ao descrever os sólidos, podemos ignorar inteiramente o tempo; ao descrever os fluidos, deixar o tempo de fora seria um grave erro. A extraordinária mobilidade dos fluidos é o que os associa à ideia de leveza, enquanto os sólidos são moldados para sempre. Manter os fluidos em uma forma requer muita atenção, vigilância constante e esforço perpétuo e, assim, o sucesso do esforço é tudo menos inevitável.

E o que é dito líquido pode ser lido sob aspectos da realidade da vida como o tempo e o espaço, a individualidade, o poder, o consumo, a emancipação, o trabalho e a comunidade. A vida enquanto líquida não pode ficar parada, nem manter a mesma forma, ou o mesmo curso por muito tempo. As realizações individuais não podem solidificar-se em posses permanentes porque, em um piscar de olhos, os ativos se transformam em passivos, e as capacidades, em incapacidades.

A instantaneidade, uma das características da modernidade líquida, coloca uma mudança de sentido e utilidade em como o ser humano lida com os afazeres de sua vida, pois boa parte de hábitos e práticas culturais e valores éticos perdem a referência de sentido e utilidade. Já o poder, diante da instantaneidade, é extraterritorial, não limitado pelo tempo e espaço e, via de regra, está nas mãos daqueles que circulam com facilidade por diversos lugares, não dependendo de exércitos de tipo físico.

A construção da identidade individual, por sua vez, se torna um desafio diante da imensidão de possibilidades que se apresentam ao indivíduo para se tornar tudo e qualquer coisa, e optar por diversos caminhos a quase qualquer tempo. Tantas possibilidades diante das limitações do tempo e da capacidade individual física disponíveis marcam a construção de um potencial estado de ansiedade e frustração que podemos ver nos dias atuais. Ansiedade, o mal do século. Os crescentes estados depressivos que parecem ser cada vez mais comuns na contemporaneidade. As angústias e insatisfações com a própria identidade construída por se ter a percepção contínua de sentir-se incompleto e inacabado, sujeito continuamente aos riscos da indefinição.

A sensação da indefinição é a característica marcante da metáfora da liquidez de Bauman. E com a indefinição vêm possíveis consequências, como insegurança, ansiedade, dificuldade de se saciar, que muito bem convêm às demandas do consumo. Em outras épocas da humanidade havia os ciclos de mudanças, evoluções e quebras de paradigmas que representavam momentos de liquefação, quando havia o tempo e o processo de solidificação. A obra de Bauman em suas diversas abordagens procura mostrar que a liquidez pela qual

passamos representa um estado contínuo de liquefação, em que conceitos, modelos e paradigmas se vão, novos vêm e novamente se vão, sem que haja uma possibilidade de se sentir uma permanência de uma realidade sólida.

Em *Vida para Consumo* (2007), Bauman expõe uma realidade trágica sobre a sociedade líquido-moderna, até então ofuscada pelo mercado de consumo: a da transformação dos indivíduos em mercadorias. Diante disso, o autor discorre sobre os impactos dessa transformação em diversas áreas da vida, a exemplo da política, da economia, da moda e da cultura. Assim, a obra é dividida em três análises fundamentais dessa modernidade líquida: o consumismo, a sociedade do consumo e a cultura consumista.

Bauman coloca o consumo como um definidor da identidade e, no âmbito da instantaneidade líquida, da imediatez, restando o descarte. A produção do lixo é a constante da modernidade líquida, seja na produção do lixo material, o produto mais abundante da nossa sociedade, aquele em que somos mais eficazes, ou no sentimento pessoal do medo de tornar-se lixo, de ver-se jogado ao esquecimento, enquanto profundamente inserido no inevitável envolvimento com a preocupação consumidora e com a busca de um equilíbrio no trabalho.

Bauman aborda a emancipação buscando trazer à tona mais uma vez a recompreensão da liberdade, agora com a metáfora do líquido. Desde Arthur Schopenhauer, com o entendimento do “sentir-se livre” como não experimentar quaisquer dificuldades, obstáculos, resistências ou impedimentos aos movimentos pretendidos ou concebíveis, até Marcuse, com a observação sobre a falta de uma base de massas para a libertação (1973), a discussão sobre a liberdade é uma tensão crescente.

Bauman aborda a objetividade e subjetividade, levando à reflexão dos conceitos de liberdade, necessidade de libertação e a possibilidade de que o que se sente como liberdade não seja de fato liberdade. Por outro lado, a suposição de que as pessoas podem ser juízes incompetentes de sua própria situação.

Segundo o autor, o progresso, como tantos outros parâmetros da vida moderna, está agora “individualizado”. A questão do aperfeiçoamento não é mais um empreendimento coletivo: são homens e mulheres individuais que, às suas próprias custas, deverão usar seu próprio juízo e recursos para elevar-se a uma condição mais satisfatória e deixar para trás qualquer aspecto de sua condição de que se ressintam.

O conceito de emprego, como coloca Bauman em uma metáfora que a muitos choca, é o de um acampamento que se visita por alguns dias e que se pode abandonar a qualquer momento, se as vantagens oferecidas não se verificarem ou forem consideradas insatisfatórias

– e não como um domicílio compartilhado, onde nos inclinamos a ter trabalho e construir pacientemente regras aceitáveis de convivência. E, tendo se livrado do entulho do maquinário volumoso e das enormes equipes de fábrica, o capital viaja leve, apenas com a bagagem de mão: pasta, computador portátil e telefone celular.

A comunidade, na modernidade líquida de Bauman, enfrenta a tentativa frenética de evitar a confrontação com questões constrangedoras sem resposta. Um aspecto claramente visível do desaparecimento das velhas garantias é a nova fragilidade dos laços humanos. A fragilidade e transitoriedade dos laços pode ser um preço inevitável do direito de os indivíduos perseguirem seus objetivos individuais. Disso, resultaria, entre outras questões, a obsessão pelo corpo ideal, o culto às celebridades, o endividamento geral, a paranóia com segurança e até a instabilidade dos relacionamentos amorosos. É um mundo de incertezas.

O mundo, como visto por Bauman (2007), permite uma leitura do microcosmo do mundo midiático e espetacularizado das artes marciais mistas, do UFC, seus eventos e atletas que vêm e vão, poucos permanecem. Assistindo eventos de dois ou três anos atrás, este autor pôde observar que o grau de rotatividade dos atletas é considerável. Seja por lutas perdidas ou por lesões, há, portanto um descarte. A padronização dos lutadores em seus estilos e estratégias de combate, bem como nos discursos diante das câmeras, refletem a produtivização do atleta, a transformação das pessoas em mercadorias, conforme Bauman (2007).

Em reportagem de 2014 no *site* Combate, são discutidos os impactos do acordo de exclusividade de patrocínio entre UFC e *Reebok*. Os atletas entenderam ter perdido sua autonomia no sentido de escolha de patrocinadores, e logo, perdas financeiras, e tiveram que acatar a imposição de um único patrocinador parceiro do UFC, a *Reebok*, marca de equipamentos esportivos adquirida pela *Adidas*, aceitando, assim, se tornarem mercadorias em um formato televisivo que mais se adequa ao modelo desejado para a marca UFC. Isto facilita um ponto bem colocado por Bauman (2007), quando o autor reforça que o que dá sentido à sociedade contemporânea, mais do que qualquer outra coisa, é a ânsia eterna por consumir sempre mais e mais rápido, descartando ainda mais rapidamente o “velho” em troca da mais nova novidade. Uniformes padronizados facilitarão a absorção do novo e o esquecimento do velho. Atletas que perdem um determinado número de combates sucessivos passam a ser desinteressantes para o UFC, uma vez que não têm o mesmo potencial de gerar audiência que os atletas.

2.2. Campbell, Vogler e o mito

Joseph Campbell (2007) e Christopher Vogler (2006) foram selecionados porque vêm trazer conhecimentos referentes ao mito, conceito fundamental, uma vez que a arte marcial está relacionada a termos como guerreiro, herói, trajetória, arauto e superação. Campbell (2007) enxergou a importância dos mitos e das culturas do mundo todo através dos milênios, e o fato de que o mito, como não poderia deixar de ser, está presente nas narrativas midiáticas. Na leitura que Campbell (2007) faz do mito, em direta associação com os estudos de Jung (1996), os mitos remetem a discussão sobre o ser humano para o território do universal, daquilo que nos identifica como humanos, ou do arquetípico. É por isso que Campbell (2007, p.15) reforça o mito e sua importância quando afirma que "as religiões, filosofias, artes, formas sociais do homem primitivo e histórico, descobertas fundamentais da ciência e da tecnologia e os próprios sonhos que nos povoam o sono surgem do círculo básico e mágico do mito".

De forma simples, poder-se-ia dizer que ninguém e nada escapa do mito. Este é um dos argumentos em que é possível se basear para, mais adiante, defender a ideia de que a indústria cultural – em caso nenhum, e também não no caso da midiática e da espetacularização das artes marciais mistas – consegue, digamos assim, passar uma borracha sobre aspectos tão importantes como esses do universo do arquetípico - ou do inconsciente coletivo. O que, na visão de Jung, corresponde a seguinte ideia:

Lado a lado com as fontes pessoais, a fantasia criativa também desenterra a mente primitiva com suas imagens, encontradas nas mitologias de todas as épocas e de todos os povos. A totalidade dessas imagens constitui o inconsciente coletivo, uma herança potencialmente presente em todos os indivíduos. Trata-se do correlato psíquico da diferenciação do cérebro humano (JUNG, *Símbolos*, 1924, prefácio à 2ª. ed.).

Campbell (2007), talvez a maior autoridade nos estudos mitológicos do século XX, nos leva a uma fascinante viagem pelas civilizações, desde a pré-história até a atualidade, revelando suas crenças, ritos, mitos, deuses e heróis. Há, em tudo isso, como ele deixa claro, muito mais semelhanças do que diferenças, não importam os modos como essas narrativas apareçam. Trata-se de semelhanças interessantes entre os mitos de todas as culturas e povos, inclusive entre civilizações que nunca tiveram contato entre si. Campbell dá a esse patrimônio comum, que está na base de todas essas histórias, o nome de monomito, que outra coisa não é senão o que ele também chama de "Jornada do Herói".

Em *O Herói de Mil Faces* (2007), onde essas ideias são expressas de forma mais clara, Campbell elenca três grandes estágios desta jornada - e, aqui, a referência a símbolo é muito importante – que comporiam a Jornada de Herói de todos nós, ou as muitas jornadas que todos atravessamos ou deixamos de atravessar, incluindo as dos grandes personagens da História (real ou não) que foram, ou são até hoje, o alvo da fé de muitas culturas e povos, verdadeiras figuras-modelos para povos, grupos e nações. E assim, pelo menos é a trajetória do herói no sentido mitológico do termo, que é lá onde alguém enfrenta uma aventura porque, em caso positivo, deve trazer um elixir para os seus contemporâneos ou co-cidadãos. O resumo de cada uma das etapas está sendo feito por este autor, a partir de um longo texto da obra de Campbell (2007, p. 59-240):

Separação ou Partida

- **O chamado da aventura:** o herói é chamado para uma aventura em um outro lugar, fora de sua zona de conforto;
- **A recusa do chamado:** o herói, por medo, ou sentindo-se incapaz, preso ao passado, ou por outro motivo, apresenta sua recusa ao chamado;
- **O auxílio sobrenatural:** este auxílio virá, nesta etapa, com o herói encontrando um mentor, que o convencerá a aceitar ao chamado, dando-lhe conhecimento, apoio moral e fornecendo armas, talismãs ou mesmo poderes para cumprir com a aventura;
- **A passagem pelo primeiro limiar:** momento em que o herói passa do "mundo comum" ao qual pertencia, e ao qual estava acostumado até então, para o “novo mundo da aventura” que lhe foi apresentado ao aceitar ao chamado; geralmente um mundo sobrenatural ou mágico. Aqui é comum que o herói precise derrotar algum tipo de guardião entre os dois mundos;
- **O ventre da baleia:** ou a passagem para o reino da noite;

Provas e vitórias da iniciação

- **O caminho de provas:** Nesta etapa, o herói passará por diversas provações onde ele adquirirá crescente confiança e experiência para conseguir cumprir com a jornada, mas é o aspecto perigoso dos deuses;
- **O encontro com a deusa:** a bênção da infância recuperada;
- **A mulher como tentação:** a realização e agonia do destino de Édipo;

- **A sintonia com o pai:** reconhecimento por parte do pai-criador;
- **A apoteose:** a própria divinização;
- **A benção última**

O retorno e reintegração à sociedade

- **A recusa do retorno:** ou o mundo negado;
- **A fuga mágica:** ou a fuga de Prometeu;
- **O resgate como ajuda externa:** orientado por forças internas ou carinhosamente conduzido pelas divindades orientadoras;
- **A passagem pelo limiar do retorno:** ou o retorno ao mundo cotidiano;
- **Senhor dos dois mundos:** o herói é capaz de habitar duas realidades;
- **Liberdade para viver:** a natureza e função da benção última.

Nas diversas mitologias estudadas por Campbell, os heróis nem sempre passam por todas as etapas e estas nem ocorrem necessariamente nessa sequência. Personagens da Bíblia, como Jesus, Moisés e Davi, ou outros, como Buda, Krishna, deuses e semi-deuses gregos, romanos e egípcios, divindades maias, astecas e até mesmo de nativos do Peru pré-histórico possuem em suas jornadas estas mesmas etapas. Possuem um lastro comum.

Importante ressaltar, no entanto, que o herói pode ser também qualquer pessoa, em qualquer circunstância da vida. No fundo, como fica claro a partir de Campbell, com o auxílio do pensamento da psicologia de Jung, que a Jornada do Herói nada mais é do que a procura por si mesmo. O herói, no sentido mitológico e simbólico do termo, se faz herói a partir do momento em que se encontra consigo mesmo como humano.

Todos nós possuímos uma predisposição arquetípica para desempenhar papéis (mãe, pai, filho, filha, irmão, irmã, amigo, amiga, professor, aluno, etc). Impulsionados pelos arquétipos, fazemos escolhas, criamos, enfrentamos heroica, ou covardemente as mais diversas situações. Com loucura ou sabedoria respondemos às várias solicitações da vida (GRINBERG, 1997, p. 137).

Vogler (2006), um admirador das ideias de Joseph Campbell (2007), bem como das obras de Carl G. Jung (1996) sobre arquétipos e inconsciente coletivo, propôs a adoção de fórmulas de estrutura narrativa que remetessem ao monomito, ou à ideia básica do "ciclo do herói", que comporia, como apontado, a estrutura de fundo de toda mitologia humana. Vogler (2006) explora a "Jornada do Herói" de Campbell, adapta seus conceitos e procura traduzi-los

para uma linguagem menos acadêmica do que a de Campbell, mais aderente às necessidades dos roteiristas. O autor, com efeito, trabalha há muitos anos como analista de roteiros para Hollywood.

Na leitura de Vogler (2006), seguindo a mesma linha de pensamento de Jung (1996), os arquétipos podem ser definidos por "padrões de personalidade que são uma herança compartilhada por toda a raça humana". São tipos de personalidades comuns nos contos mitológicos antigos, ou também na herança mitológica que chegou até nós, como o Herói, Vilão, Arauto, Mentor, entre outros. Cada um possui uma função decisiva na história, um papel específico, fundamental para gerar conflitos e reviravoltas, trazendo uma energia própria, necessária à jornada. O inconsciente coletivo, segundo Vogler (2006, p.48), apropriando-se de um termo junguiano, se entende como o lugar na mente humana de onde brotam esses arquétipos, que, segundo o autor, "são impressionantemente constantes através dos tempos e das mais variadas culturas, nos sonhos e nas personalidades dos indivíduos, assim como na imaginação mítica do mundo inteiro".

Conhecendo a beleza e simplicidade da “Jornada do Herói” de Campbell e como Vogler estruturou um formato que permitiu à indústria cinematográfica americana levar para as telas um padrão de roteiro que se tornou conhecido, parece que o modelo encontra uma continuidade nas narrativas da programação dos eventos de artes marciais mistas. Nem poderia ser diferente, se é verdade, como defendem Campbell (2007) e Vogler (2006), que o monomito está na base de todas as narrativas humanas que contam a história de alguém. A narrativa de cada atleta, sua história, o padrão repetitivo de “origem simples”, “esforço”, “sacrifício”, a própria conquista do cinturão como a representação para o título, além da figura do arauto, e todo o contexto criado desde o primeiro evento UFC em 1993, remetem a um contexto de gladiadores, heróis.

Uma peça no canal de vídeo do "Canal Combate" no Youtube, da série “Escolha seu Combate” mostra um vídeo de trinta segundos sendo narrado com a voz de José Aldo Júnior, atleta já citado anteriormente, com um discurso que traz uma narrativa midiática típica de uma jornada de um herói. Uma análise detalhada será feita no terceiro capítulo sobre isso.

Reconhecer que a estrutura da Jornada do Herói constitui o substrato das histórias que se contam no mundo das artes marciais mistas, no entanto, não significa deixar de lado as características próprias da indústria cultural, no processo de midiaticização e espetacularização do MMA. A análise precisaria ser complementada, entre outras, com a contribuição, por exemplo, de Edgar Morin, em *Cultura de Massa no Século XX: neurose* (1984), em que ele trata do mundo dos "olimpianos", ou daquilo que os estudos de mídia e espetáculo chamam

com frequência de "celebridades". A celebridade, no sentido midiático - que se parece muito com tudo quanto Bauman fala da sociedade líquida, do consumo, da leveza, da descartabilidade -, não é o herói, no sentido mitológico. A celebridade busca a fama, e o herói, como deixa claro Campbell, busca "resgatar a humanidade à deriva".

Vogler (2006) faz uma leitura própria das etapas da Jornada do Herói para o mundo da literatura e do cinema e que certamente é um tema fértil para pesquisas. Recomenda-se que o leitor, caso tenha interesse, dedique atenção ao trecho *A Jornada do Escritor: Estrutura Mítica para Roteiristas* (2006, p. 32-46), aqui entendendo que não está no campo de interesse dessa pesquisa entrar em maiores detalhes nessa abordagem.

2.3. Debord, Kellner e a sociedade do espetáculo

Na obra *A Sociedade do Espetáculo* (1997), Debord apresenta 221 teses que remetem às diversas formas em que a realidade pode se constituir como espetáculos, podendo estes serem usados tanto para a manutenção das ordens – seja cultural, econômica, social, política ou outras – previamente estabelecidas, como para a inversão ou modificação destas. A espetacularização está cada vez mais presente no cotidiano das sociedades atuais, e o espetáculo pode ser observado em diversos locais, como no espaço midiático e na política.

Figura 14- Guy Debord, autor da Sociedade do Espetáculo (1997)



Fonte: Situationniste Blog¹⁵

A visão de Debord (1997) nos permite refletir sobre as imagens na sociedade, sobre o fetichismo das artes marciais e suas imagens, especificamente nos torneios UFC, sobre a alienação do público através da espetacularização e sobre a opinião pública. Na figura 14 podemos ver o autor em uma foto com os dizeres: “Nós não queremos trabalhar mais pelo espetáculo do fim do mundo, mas pelo fim do mundo do espetáculo”. Em sintonia com

¹⁵ Disponível em < <https://situationnisteblog.wordpress.com/2015/08/16/guy-debord-black-box-2014-by-les-editions-derriere-la-salle-de-bain/> >. Acesso em 24 jul. 2016.

Debord, Fontenelle (2002) investiga o papel da mídia ao contribuir para o espetáculo e a cultura da imagem na contemporaneidade, com a tecnicização da vida e o narcisismo mediado por imagens, levando à submissão da cultura ao reino mercantil. Neste sentido, a publicidade foi e é o instrumento de construção de conceitos e marcas como MMA (“mixed martial arts”), UFC, BJJ (“Brazilian Jiu-jítsu”), entre outros, sendo determinante na criação destas identidades e de sua relação com os indivíduos: atletas, lutadores, artistas e consumidores. É o que o autor deste trabalho se propõe a fazer, mais adiante, no terceiro capítulo desta dissertação.

O teórico estadunidense Douglas Kellner, que sob vários aspectos se deixa influenciar por Debord, traz, no entanto o conceito de visão multiperspectívica, em que se faz a utilização de “uma ampla gama de estratégias textuais e críticas para interpretar, criticar e desconstruir as produções culturais em exame” (KELNNER, 2001, p. 129). O conceito de multiperspectividade, utilizado por Kellner,

inspira-se no perspectivismo de Nietzsche, segundo o qual toda interpretação é necessariamente mediada pela perspectiva de quem a faz, trazendo, portanto, em seu bojo, inevitavelmente, pressupostos, valores, preconceitos e limitações. Para evitar a unilateralidade e a parcialidade, devemos aprender “como empregar várias perspectivas e interpretações a serviço do conhecimento” (Nietzsche) (KELLNER, 2001, p.129).

Em *A cultura da mídia* (2001) e no artigo “Cultura da mídia e triunfo do espetáculo” (2007), de novo, fortemente influenciado pelas ideias de Guy Debord (1997), Kellner (2001) também entende que a vida cotidiana seria permeada por diferentes níveis de espetáculo. O espetáculo é mesmo descrito pelo autor como “um dos princípios organizacionais da economia, da política, da sociedade e da vida cotidiana” (2007, p. 5), como, por exemplo, no comércio, na política, no terrorismo, na arquitetura, na moda, nos esportes.

Kellner traz da Escola de Frankfurt uma preocupação com a industrialização e comercialização da cultura, sob a ótica das relações capitalistas de produção. Em suas pesquisas, que envolveram também os Estudos Culturais Britânicos, Kellner construiu elaborações profundas sobre a cultura da mídia como sendo um fenômeno complexo de aspectos político, filosófico e econômico e, portanto, multiperspectivista, sendo a mídia um terreno de contestações onde as lutas políticas ocorrem em formas narrativas e visuais. Desta forma, filmes, televisão e internet, articulam valores sociais dominantes, conservadores e reacionários, ao mesmo tempo em que também oferecem resistência progressiva a estes mesmos valores.

Avançando um pouco mais no tema da midiatização e espetacularização das artes marciais mistas, podemos dizer que o UFC, bem como a programa "Revista Combate" e "Combate News", vistos por esta ótica de Kellner (2001), trazem uma visão de mídia cada vez mais alinhada com o padrão estadunidense de uma programação narcisista, cada vez mais hipermasculinizada, ao mesmo tempo em que reforça a aceitação da quebra do padrão tradicional dominante da mídia esportiva do boxe, mas ainda assim, dentro dos padrões conservadores das comissões atléticas estaduais americanas.

O papel desempenhado pelos processos de globalização de mercado e o surgimento e a evolução da tecnologia da informação, com a internet e mobilidade redesenhando nossas práticas quotidianas, levam Kellner a propor que estaríamos imersos em uma sociedade do infotretenimento: “Conseqüentemente, a publicidade, o marketing, as relações públicas e a promoção são partes essenciais do espetáculo das mercadorias no mercado global” (2007, p. 6). O período em que o UFC teve resistência política, liderada pelo senador John McCain, é um exemplo claro desta resistência. Ao longo dos anos, houve um esforço contínuo por parte da organização UFC junto às comissões atléticas de cada estado, inclusive no meio político até que, em dezembro de 2015, quando a comissão atlética de Nova Iorque deu seu parecer positivo e o estado foi o último estado a reconhecer o UFC.

Debord (1997) e Kellner (2001) revelam significativas diferenças de pensamento, o que justifica um olhar mais atento quando se fala em espetáculo. Em Debord (1997), o espetáculo é pensado como um mecanismo de passividade e alienação, “o momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social” (1997, p. 42), afastando o indivíduo de uma vida produtiva. Por outro lado, é um ponto que merece estudo em um outro trabalho, avaliar se a intensa interatividade das mídias sociais participativas do UFC significa uma real capacidade produtiva e por quais critérios.

O espetáculo de Debord (1997), dito de forma simples, parece um modelo que hoje pode talvez ser interpretado como totalizante e monolítico, e cujo objetivo seria fazer uma crítica ao capitalismo e à sociedade de consumo, apontando possíveis alternativas revolucionárias. Pela perspectiva de Kellner, temos uma percepção de que “as formas de espetáculo evoluem com o tempo e a multiplicidade de avanços tecnológicos” (2006, p. 121). De acordo com Kellner, a própria constituição dos modos de ser e viver são, atualmente, em grande parte condicionados pelos padrões e modelos fornecidos pela cultura da mídia, considerada pelo autor como hegemônica. Aqui, novamente como em Bauman, há um paralelo entre os conceitos de produtor

e consumidor, bem como uma perspectiva similar no entendimento da superficialidade das relações humanas.

Como um ponto que é digno de nota e que certamente representa um tema de estudo sob a perspectiva da teoria de Kellner, é válido aprofundar-se na história do desenvolvimento do Jiu-jítsu da família Gracie, como apresentado por Awi (2012), desde quando Mitsuyo Maeda (na figura 15 com sua família), faixa preta, 4º grau da primeira escola de judô do mundo, a Kodokan Jigoro Kano (1860-1938), iniciou seu relacionamento com Gastão Gracie, no Pará, em 1917. Maeda utilizava o nome artístico de Conde Koma, e por três anos, entre aulas e apresentações artísticas, passou conhecimento do Jiu-jítsu japonês para os filhos de Gastão Gracie, principalmente Carlos e Hélio Gracie, que fariam sua própria adaptação, criando o Gracie Jiu-jítsu e que futuramente seriam os chefes do clã Gracie.

Figura 15 -Mitsuyo Maeda e família no Brasil.



Fonte: Site Graciemag.com¹⁶

A partir da volta da família Gracie ao Rio de Janeiro, em 1921, foi iniciada uma difusão do Gracie Jiu-jítsu com uma abordagem de mídia por jornal (figura 16) que já mostrava o aspecto espetacular: desafios a outras modalidades divulgados para combates em público, relacionamentos próximos com políticos que, somados à eficácia da técnica do Jiu-jítsu dos Gracie levaram ao império que o esporte representa dentro e fora do Brasil e ao desafio da criação do UFC por Rorion Gracie, nos Estados Unidos, em 1993.

¹⁶ Foto: Divulgação. Disponível em < <http://www.graciemag.com/pt/2012/02/conde-koma-e-5-licoes-do-pioneiro-do-jiu-jitsu-no-brasil/>>. Acesso em 24 jul. 2016.

Figura 16- Hélio Gracie desafia Russel.



Fonte: O Globo, 16/08/1938, p. 8.

2.4. Huizinga e o Jogo

Em sua obra *Homo ludens* (HUIZINGA, prefácio 8ª ed., 2014), o autor traz a reflexão crítica sobre nossa espécie ter recebido, indevidamente ele pensa, a designação de *Homo sapiens*, diante do que o autor apresenta como argumento o fato de que “não somos tão racionais quanto a ingenuidade e o culto da razão do século XVIII nos fizeram supor”. Huizinga pontua, em seguida, que a denominação *Homo faber* caberia a tantos outros animais, sendo, portanto, ainda menos apropriada. Ele encontra na função do jogo um terceiro aspecto que pode ser verificado tanto na vida humana quanto na do animal. O autor tem a visão de que é no jogo e pelo jogo que a civilização surge e se desenvolve, “tomando o jogo como um fenômeno cultural e não biológico, a ser estudado em uma perspectiva histórica, não propriamente científica em sentido restrito” (HUIZINGA, prefácio 8ª ed., 2014).

Ao tratar da natureza e significado do jogo como fenômeno cultural, Huizinga (2014) destaca que o jogo é mais antigo que a cultura, pois esta pressupõe a sociedade humana. Os animais, no entanto, já praticavam a essência do jogo, sem esperar por qualquer característica essencial que o homem porventura pudesse agregar. Isso pode ser observado, por exemplo, em

filhotes de cachorros que “respeitam a regra que os proíbe morderem, ou pelo menos com violência a orelha do próximo” (HUIZINGA, 2014, p.3). Em suas formas simples, seja como fenômeno fisiológico ou psicológico, o jogo ultrapassa os limites da atividade puramente física ou biológica, mostrando-se uma função significativa.

No jogo existe alguma coisa “em jogo” que transcende as necessidades imediatas da vida e confere um sentido à ação. Todo jogo significa alguma coisa. Não se explica nada chamando “instinto” ao princípio ativo que constitui a essência do jogo; chamar-lhe de “espírito” ou “vontade” seria dizer demasiado. Seja qual for a maneira como o considerem, o simples fato de o jogo encerrar um sentido implica a presença de um elemento não material em sua própria essência (HUIZINGA, 2014, p. 4).

Se para algumas teorias o jogo constitui uma preparação do jovem durante uma fase da vida que o tornará apto para tarefas mais sérias à medida que caminha para a idade adulta - a chamada iniciação -, outras linhas de pensamento apresentam o jogo como um exercício indispensável de autocontrole. Ainda, o jogo é também visto como o desejo de dominar ou competir, ou mesmo uma forma de restaurar uma energia dispendida, uma ficção destinada a preservar o sentimento de valor pessoal. Mas, como argumenta Huizinga, essas teorias e outras, que não podem ser consideradas erradas, nem mesmo conflitantes, não tocam aspectos como:

“mas o que há de realmente *divertido* no divertido? Por que razão o bebê grita de prazer? Por que motivo o jogador se deixa absorver inteiramente por sua paixão? Por que uma multidão imensa pode ser levada até ao delírio por um jogo de futebol?” (HUIZINGA, 2014, p. 5).

Aqui é pertinente mencionar a relação próxima com o conceito de estesia, a ser discutido mais adiante, seguindo a abordagem da pesquisadora Yvana Fachine (2010), de acordo com os estudos do semiótico Eric Landowski. Este pesquisador concorda com Huizinga (2014) que a abordagem biológica não parece apresentar, na atualidade, bases que sustentem os aspectos da tensão, alegria e divertimento que são característicos do jogo e, portanto, da arte marcial.

Huizinga (2014) defende o princípio de que o “puro e simples jogo” é uma das principais bases da civilização, mostrando que o desenvolvimento da cultura ocorreu a partir de práticas lúdicas, ou seja, jogos com regras, com elaboração, com uma relação variável de seriedade. E o autor coloca os aspectos essenciais do que o jogo representa com trechos como:

Como a realidade do jogo ultrapassa a esfera da vida humana, é impossível que tenha seu fundamento em qualquer elemento racional, pois nesse caso,

limitar-se-ia à humanidade. A existência do jogo não está ligada a qualquer grau determinado de civilização, ou a qualquer concepção do universo. Todo ser pensante é capaz de entender à primeira vista que o jogo possui uma realidade autônoma, mesmo que sua língua não possua um termo geral capaz de defini-lo. A existência do jogo é inegável. É possível negar, se se quiser, quase todas as abstrações: a justiça, a beleza, a verdade, o bem, Deus. É possível negar-se a seriedade, mas não o jogo (HUIZINGA, 2014, p. 6).

O autor se dedica, então, a explorar a relação existente entre o mito, o culto e o jogo, passando pelos aspectos do que há de comum com o sagrado, e argumentando ser o mito a forma pela qual o homem primitivo buscou dar conta do mundo dos fenômenos, atribuindo a esse mundo um fundamento divino, novamente com a presença da brincadeira e da seriedade (HUIZINGA, 2014, p.7). Aqui, novamente, o destaque para a importância do jogo como elemento predecessor da cultura, uma vez que o mito e o culto foram a base das forças civilizadoras com origens no jogo: a poesia, a ciência, o comércio. E enfatiza:

Devemos, portanto, limitar-nos ao seguinte: o jogo é uma função da vida, mas não é passível de definição exata em termos lógicos, biológicos ou estéticos. O conceito de jogo deve permanecer distinto de todas as outras formas de pensamento através das quais exprimimos a estrutura da vida espiritual e social. Teremos, portanto, de limitar-nos a descrever suas principais características (HUIZINGA, 2014, p.10).

O jogo é uma atividade voluntária que tem características fundamentais: é livre, não é vida “corrente” nem vida “real”. Trata-se de uma evasão para uma esfera com espaço físico e de tempo próprios, absorvendo o jogador para um cenário com beleza e perfeição que vão além da seriedade. Isolamento e limitação: o jogo distingue-se da vida “comum” tanto pelo lugar quanto pela duração que ocupa. Tem um início, é jogado até um fim, e acabou. Há regras, estrutura interna, variações em função da dinâmica da limitação do tempo.

Apesar de fascinante e cativante, pleno de ritmo e harmonia, o jogo tem a tensão característica da incerteza e do acaso. Todo jogo tem suas regras absolutas que determinam o que “vale” dentro do espaço e tempo circunscritos, e essas regras representam verdades inabaláveis, cujo desrespeito ou mesmo desobediência leva ao fim do jogo. O árbitro apita, quebra-se o encanto, interrompe-se a realidade, e a vida “real” é retomada. A quebra das regras por um jogador “desmancha-prazeres”, que desrespeita ou ignora as regras, não é bem vista. É um comportamento diferente do batoteiro, do desonesto, já que este finge jogar seriamente o jogo e aparenta “reconhecer o círculo mágico” (HUIZINGA, 2014, p. 14).

O “desmancha-prazeres” não é bem visto, muitas vezes rejeitado, não tolerado, e até mesmo expulso da comunidade do jogo. É frequente que o “desmancha-prazeres” crie outra comunidade de jogadores (HUIZINGA, 2014, p.14-15). No contexto dos torneios de artes marciais mistas promovidos pelo UFC, a Usada (*USA Anti-Doping Agency*) é a agência responsável por fazer exames no sentido de identificar substâncias proibidas com o mesmo rigor que são feitos para os atletas de jogos olímpicos e pan-americanos, por exemplo. No UFC 200, Jon Jones foi impedido de participar do combate principal contra Daniel Cormier por ter sido testado positivamente em pelo menos uma substância proibida (clomifeno, um bloqueador de estrogênio). Isso demandou da organização do evento um esforço de trazer Anderson Silva, certamente um outro fenômeno de mídia, que vinha se recuperando de uma cirurgia, sem o devido preparo, para disputar um combate com um atleta de categoria de peso superior.

Certamente, uma situação bastante desconfortável para Jon Jones, Daniel Cormier e para a organização UFC, assim como uma oportunidade de promoção para Anderson Silva, que pôde também salvar o evento UFC 200. No final do combate, Daniel Cormier venceu Anderson Silva, em um jogo dentro das regras formais do MMA conforme padrões UFC, mas com um público insatisfeito com a estratégia de Daniel Cormier, que tirou a beleza que poderia ter havido no jogo/combate. Seria Jon Jones ou Daniel Cormier o “desmancha-prazeres”? O que faz de um atleta, diante das forças da mídia e mercado, se tornar um batoteiro ou um desmancha-prazeres? Em que categoria se encaixa Conor McGregor? Essas questões certamente merecem um estudo específico, o que foge ao objetivo desta dissertação.

É evidente, portanto, que os eventos midiáticos que rodeiam as artes marciais mistas desde a criação do UFC, as histórias pessoais dos atletas, combates mais ou menos emocionantes, os tons das vozes de narradores, as estratégias de mídia antes, durante e após os combates, o jogo dentro do octógono, e o próprio jogo do negócio UFC, no meio financeiro, no mundo das apostas, nas mídias televisiva e sociais, perspectivas que exploraremos em profundidade no capítulo 3, mantêm afinidades com os elementos essenciais do jogo conforme apresentados por Huizinga e que tecem com coerência o tema da midiatização e espetacularização das artes marciais.

2.5. Perspectivas do jogo com Elias, Betti e Fechine

O entendimento e a sensibilidade de Huizinga (2014) sobre a natureza da essência do jogo traz uma ótica original, pouco convencional, principalmente quando posiciona o jogo

como elemento anterior à cultura e mostra argumentos claros para isso, como colocar a cultura como tendo o jogo como elemento formador e sua sintonia com temas como os do mito, o ritual e o culto, por sua vez, chave no processo de produção midiática, como aparecem com força em Campbell (2007) e Vogler (2006). A visão de Huizinga (2014) sobre o jogo merece que nos detenhamos e pensemos de forma compreensiva sobre outros aspectos que cabem na realidade do jogo. Perspectivas específicas, como as dos estudos de Norbert Elias (2011), Mauro Betti (2002) e Yvana Fechine (2010) fornecem base teórica que contribui para alicerçar uma visão compreensiva do desenvolvimento do processo de midiaticização e espetacularização das artes marciais mistas, conforme proposta desta dissertação.

Iniciando pelo sociólogo Norbert Elias (2011), com a compreensão de como se pode entender as mudanças nos padrões de demonstração de agressividade durante o processo civilizador, até alcançarmos a compreensão de como a sociedade chegou a uma atividade estruturada como o esporte. Elias (2011) enxerga a evolução das mudanças na agressividade sob múltiplas perspectivas: a relação entre pulsões e agressividade e impulso de autoafirmação, distinções de padrões de agressividade entre diferentes nações, os padrões de agressividade na vida do dia-a-dia das famílias ocidentais, a estrutura da sociedade e a exigência de controle emocional e, finalmente, as emoções, tendo no esporte sua forma “refinada”, um lugar socialmente permitido para a expressão da beligerância e agressão, de maneira controlada.

Elias (2011) inicia por observar que, apesar de os padrões de agressividade, seu tom e intensidade não serem um fator comum ou idêntico entre as nações do Ocidente, essas diferenças, que podem parecer significativas, desapareceriam se comparadas com sociedades em diferentes estágios de controle de emoções, como das tribos às épocas das Grandes Migrações. Uma característica marcante, que diferencia nosso momento de civilização de documentações medievais, é uma “vida na qual a estrutura emocional era diferente da nossa, uma existência sem segurança e com o mínimo de pensamento sobre o futuro” (ELIAS, 2011, p. 190). Com o processo civilizador, e o estado adiantado de divisão de funções, o aumento da dependência entre indivíduos entre si e todo o aparato técnico, a agressividade é

confinada e domada por inumeráveis regras e proibições, que se transformaram em autolimitações. Foi tão transformada, “refinada”, “civilizada” como todas as outras formas de prazer, e sua violência imediata e descontrolada aparece apenas em sonhos ou em explosões isoladas que explicamos como patológicas (ELIAS, 2011, p. 183).

E Elias (2011) dá seguimento, relatando que o histórico da agressividade na sociedade humana vem de um período medieval em que pilhagem, guerra e caça de animais e homens

eram tidos como atividades normais e até mesmo vitais, inerentes à estrutura da sociedade da época. Também, principalmente para os mais fortes e poderosos, eram atividades aceitáveis como partes dos prazeres da vida. Um aspecto adicional, que refletiu na compreensão da agressividade ao longo da história da humanidade no Ocidente, é percebido quando tomada em conta a comparação entre os aspectos da fé religiosa da classe eclesiástica e da fé dos cavaleiros da classe guerreira. O autor enfatiza que a fé desta última não os impedia de saborear as alegrias do mundo, nem que sua vida fosse governada pela meditação da morte. Pilhar e matar eram atividades consideradas triviais, parte de sua função social, atributo de sua classe, e há que refletir que boa parte desse padrão de comportamento e atitude foi influência na cultura dos povos do Ocidente (ELIAS, 2011, p. 187-188).

No período da ascensão do Terceiro Estado, a violência na população urbana se torna acentuada, e a vida dos burgueses é também marcada por rixas familiares, tensões constantes causadas pela arma do dinheiro, roubo, luta, pilhagem, vinganças, entre famílias nobres ou pobres, a despeito de qualquer sentimento de honra. E é a estrutura de uma sociedade, como coloca Elias, que exige um padrão específico de controle emocional. A religião ou a crença na “onipotência punitiva ou premiadora de Deus” pouco contribuiu para que houvesse uma moderação nas emoções. Ocorria, no entanto, que se, em determinada região, uma autoridade central passasse a ter maior poder e as pessoas pudessem viver em paz (condições mínimas de alimentação, com melhores condições de vida, saúde, saneamento), essa sociedade assumia um padrão com relação aos padrões de emoções, instintos, com mais reservas, e de legitimação do poder de polícia (ELIAS, 2011, p. 188-191).

Uma vez tivesse o monopólio da força física passado a autoridades centrais, nem todos os homens fortes podiam se dar ao prazer do ataque físico. Isto passava nesse instante a ser reservado àqueles poucos legitimados pela autoridade central (como, por exemplo, a polícia contra criminosos) e a números maiores apenas em tempos excepcionais de guerra ou revolução, na luta socialmente legitimada contra inimigos internos ou externos (ELIAS, 2011, p. 191).

É importante observar os aspectos principais da evolução da agressividade no Ocidente, na visão de Elias (2011), para, a partir daqui, ir diretamente ao que esse autor entende ser o momento em que o processo civilizador encontra no esporte uma forma de exercício da agressividade. Diz Elias:

Reconhecidamente, essas emoções [instintos socialmente proibidos, o prazer de matar e a destruição] de fato têm em forma “refinada”, racionalizada, seu lugar legítimo e precisamente definido na vida cotidiana da sociedade civilizada. E isto é muito característico do tipo de transformação através do qual se civilizam emoções. Para dar um exemplo, a beligerância e a agressão encontram expressão socialmente permitida nos jogos esportivos. E elas se manifestam especialmente em participar como “espectador” (como por exemplo, em lutas de boxe), na identificação imaginária com um pequeno número de combatentes, a quem uma liberdade moderada e precisamente regulamentada é concedida para liberação dessas emoções (ELIAS, 2011, p.191).

E logo em seguida, o autor complementa, de uma forma que demonstra uma clareza em relação ao processo de mediação que se dá no caso dos esportes de combate e às artes marciais mistas:

E este viver de emoções assistindo ou mesmo apenas escutando (como, por exemplo, a um comentário no rádio) é um aspecto particularmente característico da sociedade civilizada. Este aspecto determina em parte a maneira como se escrevem livros e peças de teatro e influencia decisivamente o papel do cinema em nosso mundo. Essa transformação do que, inicialmente, se exprimia em uma manifestação ativa e frequentemente agressiva, no prazer passivo e mais controlado do assistir (isto é, em mero prazer do olho), já é iniciada na educação e nas regras de condicionamento dos jovens (ELIAS, 2011, p.192).

Avançando numa área que será objeto de uma análise no capítulo seguinte, pode-se adiantar que o MMA se apresenta como uma espécie de exemplo típico de “esporte da mídia”, ou “esporte espetáculo”, um sinal claro de que o “assistir televisão” se tornou uma opção de lazer escolhida por muitos e que é uma experiência mais ampla de consumo. Segundo Betti (2002), existem grandes diferenças em se dizer esporte na mídia e esporte da mídia. O que vemos nos meios de comunicação de massa é caracterizado por Betti (1998) como “esporte espetáculo”, se enquadrando na classificação de esporte da mídia. Nesse tipo de esporte, podemos observar cinco características principais, sendo elas a “falação esportiva”, a “monocultura esportiva”, a “sobrevalorização da forma em relação ao conteúdo”, a “superficialidade” e a “prevalência de interesses econômicos” (BETTI, 2002, p. 1- 2).

Betti (2002, p.1) enfatiza que admitir o esporte *na* mídia exigiria aceitar o pressuposto de que a mídia fosse capaz de abordar o esporte em sua inteireza, o que não é possível por dois motivos, ao menos: i) pela própria natureza e limitações de cada mídia; ii) pelo fato de que cada

mídia cumpre funções específicas (Santaella, 1996). Quer dizer, inevitavelmente, o esporte na mídia é sempre mediado pelos olhares interessados dos diversos meios, dentre os quais destaca-se a televisão, a mais híbrida de todas as mídias, “que absorve e devora todas as outras mídias e formas de cultura” (Santaella, 1996, p. 42). Por isso, é a televisão a mídia mais importante para entendermos as relações entre as duas instâncias. De fato, o esporte não teria alcançado a importância política, econômica e cultural de que desfruta hoje não fosse sua associação com a televisão, associação esta que criou uma “realidade textual autônoma”: o esporte telespetáculo (BETTI, 1998, p. 233).

Procura-se, a seguir, tecer uma reflexão comparativa das cinco características mencionadas por Betti (2002) em relação ao esporte da mídia - ou "telespetáculo" – procurando dialogar no sentido de avaliar a pertinência dessa análise em relação à realidade das artes marciais mistas enquanto esporte de combate e produto midiático, midiaticizadas e espetacularizadas:

- **Ênfase na falação esportiva:** Betti (2002) cita Umberto Eco, em *Viagem na irrealdade cotidiana* (1984), trata da falação esportiva como sendo a atividade de informar e atualizar, contar a história de partidas, combates, eventos esportivos, criar expectativas, fazer previsões, explicar, prometer, criar polêmicas e construir rivalidades, criticar, eleger ídolos. Enfim, a falação esportiva dramatiza, sempre que possível. As transmissões do UFC e do "Canal Combate", em sua predominância, passam pela influência da falação esportiva até mesmo pelos padrões vigentes do mercado de telejornalismo esportivo e que reflete no jornalismo em mídias sociais;
- **Monocultura esportiva:** Betti (2002) destaca que parece haver uma tendência de redução a um número cada vez menor de modalidades esportivas, até mesmo em função da relação custo-benefício para a publicidade, reforçada pelo volume da falação esportiva que gera audiência crescente nas mídias televisiva, mídias sociais e impressa. O UFC, agora como observação deste autor, tem sido a modalidade esportiva com os maiores índices de crescimento na atualidade e, assim como o futebol, é uma modalidade que possui um canal ("Canal Combate") dedicado para conteúdo da modalidade;
- **Sobrevalorização da forma em relação ao conteúdo:** é o esporte telespetáculo, segundo Betti (2002), com o poder da imagem, do som, dos efeitos visuais, suportados pela tecnologia, procurando atingir cada vez mais a

emoção do indivíduo, em detrimento de sua razão. Como colocado pelo autor a seguir, avalia-se que o UFC parece ser uma evidência clara do que Betti (2002) enxergou para o futebol:

O poder da linguagem audiovisual é maximizado na TV por assinatura, na qual o esporte pode apresentar-se como pura imagem (Betti, 1999), o que se justifica no processo de espetacularização, porque a televisão busca atingir a emoção do espectador, e não a razão. Do outro lado da moeda, o discurso das mídias em geral propõe uma concepção hegemônica de esporte: esforço, busca da vitória, disciplina, dinheiro. O preço que se paga pela espetacularização do esporte é a fragmentação e descontextualização do fenômeno esportivo. Os eventos e fatos são retirados do seu contexto histórico, sociológico, antropológico. A experiência global do ser-atleta é fragmentada. No caso da televisão, a descontextualização é mais sutil, e o telespectador é vítima de uma ilusão: julga que está observando a realidade diretamente, como se a “tela” fosse uma “janela”. Na verdade, há diferenças profundas na experiência de assistir ao esporte como testemunha corporalmente presente nos estádios e ginásios e na sala de estar, pela TV (BETTI, 2002, p. 2).

- **Superficialidade:** Betti (2002, p.2) inicia pela ideia de que a multiplicidade de mídias poderia levar a que estas sejam intercomplementares, conduzindo o indivíduo da televisão para a internet (blogs, mídias sociais, sites especializados), daí para revistas, por exemplo, a realidade parece mostrar que o que prevalece é a cultura do efêmero, do breve e do descontínuo, a cultura “dos eventos em oposição aos processos”(SANTAELLA, 1996, p.36). Com a estratégia da organização UFC em potencializar o uso das mídias sociais, estimulando atletas a desenvolver sua presença nas plataformas *Facebook* e *Twitter*, parece ser reforçada a questão da superficialidade das questões apresentadas no cenário das artes marciais mistas enquanto produto midiático, enfatizando o espetáculo e os interesses econômicos, como discutido e argumentado a seguir;
- **Prevalência dos interesses econômicos:** Betti (2002) destaca que a lógica das mídias atende aos interesses econômicos, em uma visão direta sob a perspectiva da indústria cultural, vista como o “fundamentalismo de mercado” conforme a Escola de Frankfurt. Explica que, em uma dinâmica não percebida pelo cidadão, a tendência é de uma mediocrização crescente da produção de conteúdo, por prevalecer um círculo vicioso entre a qualidade do que é ofertado ao público e a dificuldade de crítica por parte do próprio público, até mesmo por uma

combinação de todos os fatores mencionados, que levam o cidadão a um atrofiamento do seu exercício e capacidade de julgamento crítico. No modelo adotado no UFC, conforme já citado, o expectador tem ainda a “oportunidade” de participar através de mídias sociais, o que representa, nada mais, do que um trabalho como mão-de-obra gratuita. O artigo "Como o MMA evoluiu da 'brutalidade' se tornou um negócio mais valioso que o Real Madrid" mostra com clareza esta dinâmica e os planos futuros para o MMA.

Cabe aqui pontuar, trazendo para a atualidade, a importância das mídias sociais, que assumiram peso considerável e que oferecem uma leitura mais ampla ao trecho acima citado, considerando que a organização UFC tem nessas mídias uma de suas estratégias-chave para envolver os espectadores na determinação da programação. No artigo acima citado “Como o MMA evoluiu da 'brutalidade' se tornou um negócio mais valioso que o Real Madrid”, é dado o peso que as mídias sociais representaram para o crescimento do UFC. Cabe em um estudo específico futuro avaliar com maior profundidade o fenômeno das artes marciais mistas no contexto da organização UFC sob a perspectiva de redes sociais na internet pelas teorias de redes sociais na internet de Raquel Recuero (2009).

É possível observar, de forma geral, na programação disponibilizada pelo UFC e, por extensão, também no conteúdo reproduzido pelo "Canal Combate", como a esse respeito frequentemente têm se manifestado os próprios telespectadores, um volume considerável de material muitas vezes maçante e de qualidade questionável, comerciais referentes aos próprios eventos do UFC nos intervalos da programação, reapresentação contínua de eventos e edições anteriores do UFC. Na programação oferecida pelo UFC é notável esse modelo, em que o interesse econômico prevalece. No entanto, é possível observar evidências de uma proposta de programação oferecida no "Canal Combate" ("Revista Combate" e "Combate News") em que há a tentativa de procurar, de alguma forma, produzir conteúdo de valor para o assinante.

Continuando a conversa com nossos autores, Yvana Fachine (2010), por sua vez, explora os estudos sobre a estesia sob uma perspectiva da semiótica discursiva, tal como esse conceito foi proposto pelo sociosemiotista Eric Landowski, princípio este apresentado como uma espécie de contágio coletivo pelas emoções e sentidos que circulam em momentos de transmissão direta televisiva de eventos midiáticos. A proposta consiste em um sentido de ordem de “contato direto”, praticamente de uma co-presença entre os indivíduos, que Landowski chama de “actantes”. Um “contato” é identificado à sua inscrição numa mesma

duração: uma duração que, ao ser compartilhado por destinadores e destinatários no decorrer de uma transmissão direta, constitui-se num “lugar” de interação entre esses sujeitos envolvidos no ato comunicativo. Este “contato” entre os atuantes se dá numa dimensão “espaço-temporal” construída pelo discurso televisual, com uma duração definida, num lugar de interação definida em tempo real, em caráter de transmissão direta:

É por saber que a programação está se fazendo no momento mesmo em que ele está assistindo à TV que o espectador confere à temporalidade construída pelo discurso televisual o mesmo estatuto da temporalidade cotidiana na qual ele, como outros, está inserido. Por meio das mais diferentes estratégias enunciativas, a TV constrói deliberadamente o tempo da sua programação e dos seus programas diretos como se este fosse o próprio tempo “do mundo” (FECHINE, 2010, p. 2).

Afirma a autora que, enquanto dura a transmissão, há o espaço semiótico vivido, que não se constitui materialmente, e nele a experiência é de que, naquele período determinado, milhares de espectadores compartilham entre si e com os responsáveis pela emissão, simultaneamente, como se estivessem ao mesmo tempo, num mesmo lugar, mas somente pelo tempo da transmissão. A transmissão ao vivo de um evento pela televisão une de diversas maneiras grupos de indivíduos, verdadeiras comunidades que, com maior ou menor afinidade, mas com a experiência comum de assistir TV, entram em uma sintonia e se sincronizam para “passar o tempo”, o tempo do cotidiano de cada um com o tempo de grupos sociais mais amplos.

Ou seja, “eu vejo o que os outros estão vendo no momento mesmo em que eles estão vendo”. O efeito de contato produzido pela transmissão direta parece ser justamente o resultado da sensação de que algo está se atualizando (se fazendo) agora tanto aqui (espaço do “eu”) quanto lá (espaço do “outro”) (FECHINE, 2010, p. 2).

Pode-se compreender pelos conceitos expostos por Fechine (2010) que o sentido de estesia é, certamente, mais evidente nos eventos de transmissão direta, “ao vivo”, uma vez que é quando se torna possível a percepção de “contato” já citada, e que é potencializada pelos produtores de conteúdo, com elementos que acentuam a interação entre sujeitos criada pela TV: “um sentido que depende de um ‘sentir’ algo junto com o outro num ‘lugar’ forjado pela própria transmissão” (FECHINE, 2010, p. 10). Sem nos aprofundarmos nos conceitos da semiótica discursiva desenvolvidos por Fechine e Landowski, cabe acentuar, na busca de entendimento do processo de mediação e espetacularização das artes marciais mistas, que, como em qualquer outra situação comunicativa, na televisão, de modo geral, há um “querer que o outro

aja” a partir de discursos veiculados. O produtor de todo programa de televisão se propõe a estabelecer um “pacto comunicativo” com sua audiência. Dessa forma, assistir à transmissão é parte do cumprimento desse pacto (CASSETTI, 1998). O “contágio” presume um aspecto afetivo, vínculo por “adesão”:

A noção de “contágio” remete, enfim, a distintas formas de vivência nas quais se dá a transmissão de uma certa inteligência, de uma certa emoção ou de uma certa sensação numa relação “corpo a corpo” entre os actantes: uma relação que não tem a pretensão de reenviar a nenhuma outra dimensão a não ser a ela mesma; uma relação que deposita em si própria o valor que circula entre os sujeitos. Este tipo de relação manifesta-se, mais frequentemente, como experiências sensíveis que, dotadas de um fim em si mesmas, instauram sentidos também de natureza somática, como os produzidos por uma perna que tremula nervosa “contagiando” o interlocutor com o nervosismo do outro ou o riso descontrolado de um amigo que “contamina” o outro com sua hilaridade (FECHINE, 2010, p. 6).

A grade de programação do UFC é, em sua maior parte, constituída de programas produzidos em função dos grandes eventos de lutas da série UFC. Pode-se dizer que se cria um “tempo UFC” em sintonia com o espectador, onde tudo gira em função do próximo evento e da luta principal desse evento, que é, assim, uma espinha dorsal. Em torno desse “gancho” é construído todo o discurso de publicidade, mídias sociais, entrevistas com atletas, eventos de patrocinadores, pesagens, até a noite do combate em si, quando se dará a transmissão direta “ao vivo”. Em todo esse processo, que tem durado em torno de duas semanas entre cada evento, são resgatadas continuamente na televisão imagens da vida do atleta, suas lutas anteriores, sua rotina de treinamento, colocando espectadores e atletas na construção gradual do contágio, com a influência das mídias sociais. Cria-se quase que um mantra midiático, próximo a um transe que vai assumindo uma tensão crescente quanto mais próximo se está o evento do sábado, e quanto mais próxima está a luta principal. Neste contexto, Os programas "Revista Combate" e "Combate News" contribuem de forma especial com programação que traz personalidades da mídia e atletas do meio, duas perspectivas que se complementam, contribuindo para enriquecer a simples “falação esportiva”.

2.6. Kamper, Baitello e “imagens que devoram” o corpo

Pela visão de Dietmar Kamper, expressa por Baitello (2014, p.60), a maior dificuldade do homem contemporâneo é de estar em seu tempo. O tempo presente tem apresentado

inúmeras possibilidades de escape e fuga, e dois aspectos principais da vida contemporânea são justamente a inflação de imagens e a perda do presente (BAITELLO, 2014, p.60).

A questão do impacto causado pela inflação de imagens é muito bem expressa por Baitello (2014) quando ele afirma que “toda hipertrofia gera uma distrofia compensatória. Quanto mais imagens, menos visibilidade, e quanto mais visão, menos propriocepção, o sentido por excelência do aqui e agora da corporeidade” (apud BAITELLO, 2014, p. 61). Em seguida, o autor complementa com o aspecto da perda do presente, esclarecendo que “tantos tempos presentes se apresentam em um curto tempo, sem que cada um deles tenha a oportunidade de se tornar ato, apenas remetendo para o outro” (KAMPER apud BAITELLO, 2014, p. 61).

Com a perda do presente, diretamente associada ao excesso de imagens, o homem é levado à perda do contato com o seu corpo. E, novamente, Kamper (1995) desloca o problema em direção à perda do corpo e confere à problemática da “crise de visibilidade” um lugar de destaque: “É impossível aumentar o círculo do visível sem que igualmente o invisível se amplie. Quanto mais luz, mais sombra” (KAMPER, 1995, p. 57). Uma imagem é tanto uma presença quanto uma ausência.

Uma vez perdido, distorcido esse contato do indivíduo consigo mesmo, seu presente, sua consciência, as imagens às quais o indivíduo está exposto se encarregarão de dar nova forma a como ele vê sua realidade: seu próprio corpo, o do outro, e a relação com o meio. A consciência do sujeito passará a ser formada pelo fluir das imagens e suas sombras, a quem emprestamos o poder de realidade. E a hipertrofia das imagens causando a perda da propriocepção e do presente não é algo imediatamente perceptível, diante da *overdose* midiática que afeta os cinco sentidos. O consumo de imagens sensoriais (visuais, sonoras, olfativas, gustativas, táteis) é vivenciado de um modo que o indivíduo observa e absorve o mundo real externo e seu próprio mundo real interno com momentos crescentes de desconexão. Kamper (1998) e pesquisadores a ele ligados, como Baitello (2014) e Peskoller (2014), observam que o indivíduo consome imagens produzidas a partir de imagens. Consumimos marcas, modas, grifes, tendências, atributos, adjetivos, figuras, ídolos, símbolos, ícones, logomarcas. O mundo do UFC nos oferece tudo isto em abundância, com velocidade, superficialidade, excessos.

Daí a pergunta: de que corpo estamos falando?

E pela fala do próprio Kamper, em 2000, em Potsdam-Berlim, citando o paradoxo da fugacidade de toda permanência como permanência de toda fugacidade, Baitello (2014)

apresenta uma primeira resposta com o quiasma plasmado pela história recente do homem ocidental: “O corpo vivo e concreto é movimento, por ser movimento, é tempo e memória, e por ser tempo, é abstrato e fugaz; por ser fugaz, tem na sua própria materialidade seu maior obstáculo”. Nosso tempo tenta, assim, nos vestir com corpos absurdos como o corpo-invisível, o corpo-bomba, o corpo-química e o corpo-máquina (BAITELLO, 2014, p. 80-83).

Corpo-bomba: Não somente os corpos-bombas dos terroristas, que sacrificam seus corpos, digamos, ao deus islâmico, que certamente não lhes pediu isto, mas também o homem-bomba na sociedade de consumo industrial e midiática tem suas explosões em bombas-relógio diárias, sacrifícios aos deuses do trabalho, esporte, elegância, saúde, moda, mercado e economia. Podemos imaginar aqui as artes marciais-bomba, germinadas pelo pensamento-bomba, construindo corpos-bomba em academias e em dojôs de artes marciais tradicionais.

Corpo-máquina: Sem desvios, sem supérfluos, nada de envelhecer com sabedoria e nada de aprender com o tempo, pois envelhecer com sabedoria significa saber-se frágil e superar com outras habilidades aquelas desgastadas. O corpo apenas se desgasta, torna-se mais lento e menos funcional, e o corpo-máquina nunca pode mostrar-se frágil, já que é programado para a produtividade. A imagem que nos é trazida para que vistamos esse corpo é a da substituição das partes como em “Robocop” (1987, 1990, 1993) e em “Blade Runner, o Caçador de Andróides” (1982). A arte marcial máquina foi reduzida a técnicas para vender o sonho da possibilidade de um guerreiro perfeito e quase imbatível, de corpo moldado, como o que se vê nos combates de artes marciais mistas.

A criação de regras, com o intuito de tornar o MMA “um esporte mais seguro para os atletas”, e a intervenção da USADA (USA *Anti-Doping Agency*), supostamente responsável por monitorar o uso de substâncias proibidas, com o discurso de manter o foco na proteção dos atletas, parece ser uma tentativa de equilibrar as forças entre a demanda do mercado midiático espetacular por corpos preparados para o negócio e o que deveria ser a ética esportiva: cooperação, auto-conhecimento, sociabilização. Aqui, novamente, um ponto a ser explorado criticamente: não seria mais um mecanismo sutil para tornar as artes marciais um produto midiático mais vendável?

2.7. Morin e o “pensamento da complexidade”

O termo complexidade, como lembra Morin no conjunto de sua extensa obra, vem do latim *complexus*, que quer dizer “aquilo que é tecido em conjunto”. Morin (2011) introduz o leitor ao pensamento complexo, teoria do qual é um dos idealizadores e sobre a qual escreveu praticamente durante todo o seu percurso como pesquisador, já no prefácio, resgatando a necessidade de o leitor eliminar duas ilusões que ao surgirem atrapalharão sua reflexão: 1. acreditar que a complexidade conduz à simplicidade e 2. confundir os conceitos de complexidade e de completude. Nos seis volumes de *O Método* (2011), Morin traz a grande reflexão central do pensamento complexo, como também investigações sobre antropologia, política e cultura de massa. É possível perceber no próprio texto, com as reflexões e o amadurecer das ideias do autor.

A complexidade, como aponta Morin (2011), não é uma receita de bolo nem a fórmula mágica para decifrar fenômenos resistentes aos esforços científicos. Trabalha-se com as possibilidades de compreensão do mundo por um viés menos reducionista, sendo o reducionismo uma característica predominante do século XIX e em boa parte do século XX, chegando aos nossos dias. O pensamento complexo, como enfatiza Morin ao longo da obra, apresenta-se como multidisciplinar, abrangente, capaz de promover o diálogo não apenas entre diferentes disciplinas ou campos científicos, mas também entre saberes também diversos, como o saber científico, o filosófico, o mítico, o das artes etc. Por isso mesmo, trata-se de um saber menos exato e mais real, capaz de abarcar a multiplicidade de fatores e de sentidos que a natureza e a cultura oferecem. Para Morin (2011, p.15), seu propósito, “não é o de enumerar os mandamentos (...) é sensibilizar para as enormes carências de nosso pensamento, e compreender que um pensamento mutilador conduz necessariamente a ações mutilantes”.

Na linha do pensamento moriniano, René Descartes (1596-1650) foi o maior responsável pela criação do paradigma mecanicista e dualista, que separa sujeito pensante e coisa pensada, colocando como princípio de verdade as ideias claras e objetivas, o intelecto, a razão. Isso foi fundamental para o desenvolvimento do pensamento científico, que nos trouxe ao cenário de progresso que conhecemos e, também, por outro lado, ao conhecido cientificismo dogmático e a uma visão, que Morin chama de “mutilada”, do mundo.

Morin (2011) traz a questão de que a ciência técnica reducionista, puramente mecanicista e dualista passou a não dar conta dos fenômenos multidimensionais. Tal

conhecimento ignora o fenômeno mais importante, que podemos qualificar de sistêmico: conjunto organizado de partes diferentes, produtor de qualidades que não existiriam se as partes estivessem isoladas umas das outras.

Mas afinal, o que é o pensamento complexo?

De acordo com Morin (2011, p. 34, 35), a complexidade é, efetivamente, o tecido de acontecimentos, ações, interações, retroações, determinações e acasos que constituem nosso mundo fenomênico. À primeira vista, trata-se de um fenômeno quantitativo, que considera a extrema quantidade de interações e de interferências entre um número muito grande de unidades. De fato, todo sistema auto-organizador vivo combina um número muito grande de unidades da ordem de bilhões, seja de moléculas numa célula, seja de células no organismo. Assim, a complexidade não compreende apenas quantidades de unidades e interações que desafiam nossas possibilidades de cálculo: ela compreende também incertezas, indeterminações, fenômenos aleatórios e o acaso.

Morin postula que a complexidade aparece onde o pensamento tradicional, reducionista, que tradicionalmente se diz científico, falha. A proposta da complexidade é inclusiva, agrega os possíveis modos simplificadores de pensar, mas não dá espaço às implicações redutoras, unidimensionais e mutiladoras. Busca-se o conhecimento multidimensional, que reconhece que qualquer conhecimento está inacabado, e oferece a possibilidade de ser questionado, reformulado. Entende o mundo e a realidade como um todo indissociável, colocando a visão quântica de que não só a parte está no todo, mas o todo também está na parte.

Nos estudos conduzidos por Morin, as descobertas revelavam que a organização do universo vinha da não-organização, “de uma desintegração – big-bang –, e que ao desintegrar-se é que ele se organizou” (MORIN, 2011, p.62). A partir disso Morin chega à ideia de uma contradição fundamental: “A complexidade da relação ordem/desordem/organização surge, pois, quando se constata empiricamente que fenômenos desordenados são necessários em certas condições, em certos casos, para a produção de fenômenos organizados, os quais contribuem para o crescimento da ordem” (MORIN, 2011, p.63).

Portanto, ordem e desordem interagem para a organização. Uma influencia a outra. Morin explora o conceito de “inteligência cega”, como sendo aquela que separa, divide e cinde o conhecimento, mutilando a organização do conhecimento, pois é incapaz de reconhecer a complexidade da realidade, destruindo, assim, os conjuntos e as totalidades (MORIN, 2011, p. 9-13).

Concebendo e reforçando a separação entre o observador e a coisa observada como partes distintas, insistindo na separação entre o sujeito e o objeto de estudo, a ciência da filosofia, e definindo como verdade apenas aquilo que é evidente, reforça-se uma simplificação que Morin chama de “patologia do saber”. Ele aborda o que chama de paradigma reducionista com duas palavras que entende caracterizá-lo: a disjunção e a redução. O pensamento reducionista, segundo ele, não daria conta da grandeza que é a realidade, pois simplifica e especializa excessivamente, deixando de lado os outros componentes. Pelo paradigma mecanicista, simplificador, os cientistas buscavam – ou ainda buscam -- conceber um universo que fosse uma máquina determinística perfeita. A tônica era de padronizar, organizar, colocar ordem no universo, expulsar a desordem, como se concebe na utopia clássica. O pensamento complexo vai contra esse olhar mutilador, esse paradigma simplificador, procurando entender o mundo com as suas nuances e supostas “imperfeições”. Quanto menos mutilador for o pensamento, menos mutilado será o ser humano (MORIN, 2011, p. 11-13).

Morin caracteriza o fenômeno da ação, no âmbito do pensamento complexo, como um desafio. A noção de desafio está intrínseca à consciência do risco e da incerteza. A ação, assim, é vista como estratégia. Na estratégia, o acaso não é percebido como algo negativo, mas como oportunidade e chance que se deve aproveitar. A boa estratégia se utiliza do erro, omissão, ou da ausência do adversário. Ela pensa e repensa, refaz a rota se necessário, pois não é uma receita dada e fechada. A estratégia também é a chance que se deve aproveitar: oportunidade (MORIN, 2011, p. 79-83).

Um dos traços importantes do trabalho de Morin é considerar os aspectos imaginários e mitológicos do ser humano, sem subestimá-los, significando que damos vida às nossas ideias e, uma vez que lhes damos vida, são elas que indicam o nosso comportamento. As realidades imaginária e mitológica são um aspecto fundamental da realidade humana.

Morin afirma não se tratar, no caso do pensamento complexo, de algo que se proponha a expulsar a certeza para pôr em seu lugar a incerteza, a separação para pôr em seu lugar a inseparabilidade, ou, ainda, que pretenda negar a lógica para autorizar todas as transgressões. É, acima de tudo, um ir e vir constantes entre certezas e incertezas, entre o elementar e o global, entre o separável e o inseparável.

2.8. Notas sobre o “pensamento da compreensão”

Esta dissertação, como tem sido deixado claro desde as suas primeiras páginas, procura visitar o pensamento compreensivo como o entende o grupo de pesquisa "Comunicação, Diálogo e Compreensão", com sua expressão mais visível no projeto "A Compreensão como Método", do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, em parceria com a Universidade de Antioquia, de Medellín, na Colômbia. Assim sendo, este autor buscou se apoiar no capítulo “Comunicação e pensamento compreensivo: um breve balanço”, de Dimas A. Künsch (2010) que reflete o conjunto de conceitos e pensamentos que norteiam os trabalhos do grupo de pesquisa. Outra referência, esta gerada como produção no interior do próprio Mestrado é a dissertação "Comunicação e compreensão: uma contribuição para os estudos da Compreensão como método", de Pedro Debs Brito (2015), texto a que este autor se refere por mais de uma vez para dialogar com o tema do pensamento da compreensão.

O tema da compreensão pode se apresentar, por exemplo, através do diálogo que se procura tecer com saberes não reconhecidos pela academia, como o mito. O pensamento compreensivo, como assinalado em outra parte, também se apresenta como tentativa de iluminar o tema sob várias perspectivas teóricas, na linha da multiperspectividade de Kellner (2001). Assim, nesta dissertação, a metáfora da modernidade líquida de Bauman (2000) dialoga com os temas do espetáculo de Debord (1997) e Kellner (2001), da complexidade de Morin (2011), fugindo ao “signo da explicação”, tentando compreender, tecer sentidos, ver o fenômeno sob diferentes ângulos.

A realidade de um fenômeno midiático percebido por uma perspectiva complexa, como no caso das artes marciais mistas, demanda uma abordagem compreensiva para procurar dialogar com a questão principal proposta: mostrar, evidenciar, indicar, como midiaticização e espetacularização estão se dando, na atualidade e na prática, no mundo das artes marciais mistas. Mostrar, indicar, evidenciar, traz a questão da multiperspectividade, uma vez que o que pode ser percebido como evidência por um há que ser reconhecido tão somente como um dos pontos de vista a ser reconhecido por outro. Mais que ir simplesmente além do pensamento da complexidade, conforme colocado por Morin (2011), a visão da multiperspectividade, de Douglas Kellner (tomada de Nietzsche), viabiliza uma busca de sentidos sem a necessidade obrigatória de se chegar a conclusões, mas com a associação compreensiva (incremental) de perspectivas, de pontos de vistas que se somam.

O conhecimento, em uma abordagem compreensiva, permite uma perspectiva de vislumbrar um tema, um objeto e um problema e permitir ao indivíduo um conjunto de

referenciais teóricos que o capacitem com “aparatos” para suportar seus sentidos, e apoio para a própria razão ser empregada com confiança. No espírito do pensamento compreensivo, há um referencial teórico próprio, que suporta a proposta que torna possível colocar para dialogar os pensadores apresentados anteriormente neste capítulo, além da própria diversidade de fatos que rodeiam o objeto de estudo. Assim procura-se, nesta dissertação, trabalhar com os seguintes conceitos e potencialidades destacados por Künsch (2010) no capítulo de referência mencionado:

- **Complexidade:** desenvolver a capacidade de pensar em múltiplos ângulos e perspectivas (multiperspectivismo de Kellner) e, assim, ter a possibilidade de contextualizar e tecer diálogos com múltiplas perspectivas teóricas e saberes: mitos, religiões, artes, filosofias, incluindo o conhecimento comum. A visão de multicausalidade e “redes de forças” (Nietzsche) assume o emprego de outras "forças" além da ciência;
- **Crítica ao positivismo (cientificismo), à racionalização, à absolutização do conceito:** o pensamento compreensivo procura trazer à consciência os impactos negativos de mais de dois séculos dos extremos do Positivismo de Auguste Comte (1798-1857). O positivismo defende a ideia de que o conhecimento científico é a única forma de conhecimento verdadeiro. De acordo com o pensamento positivista, somente pode-se afirmar que uma teoria é correta se ela foi comprovada através de métodos científicos válidos. Os exageros, extremos e dogmatismos levaram ao que o próprio positivismo dizia negar: uma ciência cega e delirante, o cientificismo. O racionalismo, no fundo, se estabeleceu contra a razão, havendo uma “ditadura do conceito” que fecha em vez de abrir, reforça Muniz Sodré (2009), referindo-se a uma longa tradição de pensamento, como Brito (2015) destaca. O pensamento compreensivo, porque valoriza a razão, a ciência e o conceito, busca romper com essa violência que, em nome de sua defesa, se pratica contra eles.
- **Menos “portanto” e mais “talvez”, a nobreza da noção e do ensaio:** sair do terreno da certeza e da verdade (os “portantos” conclusivos) e levar questões para o campo dos diálogos possíveis, mantendo o rigor que a verdadeira ciência, razão e conceito demandam, ampliam possibilidades, como é a proposta do pensamento compreensivo. A “moleza da noção”, como sugere Maffesoli (2007) contribui para um pensar vivo.

- **Signo da compreensão vs. signo da explicação:** aprendemos, fomos ensinados a pensar por uma lógica de que o mundo, a natureza, o universo, estão aí para ser compreendidos, entendidos e, acima de tudo, explicados, e de que a ciência é o (único) instrumento a serviço do homem para esse fim. A partir daí, com a tecnologia proporcionada pela mesma ciência, caberia a nós vislumbrar o progresso: a transformação, a evolução e crescimento contínuos. Novamente, o pensamento compreensivo busca resgatar a real identidade da ciência, razão e conceito, que parecem ter sido, na verdade, limitados a um conjunto de fins específicos. O modelo extrativista, orientado ao domínio, produção agrícola e industrial em escala que vivemos, tem demonstrado os conhecidos impactos ambientais, sociais, somente para nos limitarmos nestes, como consequência de escolhas políticas e econômicas aderentes ao que se entende por ciência. O pensamento compreensivo propõe que a necessidade de explicação atenda sim, às demandas de uma ciência real, razão crítica, e conceitos abertos à reflexão. E chamando para a reflexão de que nem tudo se explica, pois há o limite onde trabalha a ciência, há o mistério, o inefável.
- **Narrativa (re)construtora do cosmos:** há muitas verdades prontas na realidade com que o indivíduo se defronta no seu dia-a-dia, de acordo com nossa forma convencional de apreender a realidade. Muito, ou quase tudo, é dado à pessoa de forma digerida, conforme padrões culturais de consumo. Há um déficit enorme de narrativas, argumenta Walter Benjamin (1994, p. 203), “e a razão é que os fatos já nos chegam acompanhados de explicações”. Benjamin observou que “metade da arte narrativa está em evitar explicações”. Mesmo as narrativas não sendo um instrumento perfeito, isentas de erros ou conflitos, nem mesmo de possíveis vieses ideológicos -- porque, numa visão compreensiva, nada é assim, divinamente iluminado e correto --, elas representam um instrumento de criação e permitem ao indivíduo tecer sua interpretação, com sua identidade, seu ferramental e, assim, participar do diálogo de sentidos sobre o mundo.
- **Pensamento mítico:** “Mito é coisa séria” afirma Künsch em diversos momentos de suas exposições sobre o tema, afirmativa esta que resume de forma objetiva a importância da “sabedoria dos tempos recuados” (2002), como colocou Francis Bacon (1561-1626). Se o Iluminismo, Positivismo (Comte) e Historicismo (Hegel) relegaram o patrimônio mitológico da humanidade a um

caráter não-científico, e até mesmo inválido, estudiosos contemporâneos como Jung trouxeram a proposta de resgate dos conteúdos arquetípicos, o território dos mitos. Campbell, por sua vez, enxergou no mito a fonte profunda de energia, responsável por gerar a própria ciência, a filosofia, a arte e a religião. A tese de Campbell coloca que todas as “estórias”, no fundo, têm um fio comum que as une, mesmo em civilizações e épocas distintas. Essa união, ou ligação, de novo, se dá pela via do arquetípico, daquilo que Jung chama de inconsciente coletivo (Grinberg, 1997, p. 133).

- **Pensamento comunicacional:** “A arrogância de um pensamento único constrói o paradoxo de uma comunicação que não se comunica” (2010, p. 23), afirma Künsch. O autor parece observar a coerência do pensamento compreensivo como uma abordagem, uma atitude ética que anula a violência consequente da incapacidade de articulação entre teorias que não conseguem dialogar entre si. E reforça que "resulta daí a noção de um saber comunicacional indissociável de uma ética cognitiva, que propõe uma reflexão sobre os sentidos humanos de todo conhecimento e assume a passagem do Signo da Explicação, dominante, para o Signo da Compreensão" (Künsch, 2008, p.174).

Künsch (2009, p. 69), de novo, proporciona a noção de compreensão que atende de forma satisfatória ao propósito desta dissertação: “Um pensamento que não exclui, mas junta; que não descarta o que não cabe nos limites de uma disciplina a se fazer doutrina, mas que chama para a conversa e o diálogo”, nesse sentido, é um pensamento “que sabe ver o ser e o não-ser em sua dialogia, a complementaridade dos opostos (*coincidentia oppositorum*)”, “a lógica não-lógica do paradoxo”.

O tema do Espetáculo não tem origem recente, não nasceu na modernidade, e muito menos na contemporaneidade e pouco depende de tecnologia. Antecede o homem. Tratar a espetacularização das artes marciais mistas requer uma abordagem compreensiva e procurar considerar os diversos vieses do espetáculo. Em seu trabalho “Pão e circo: o lado maligno do espetáculo nosso de cada dia” Künsch (2015) fala de quanto o espetáculo está ligado aos tempos remotos, “ao espetáculo da natureza”, associado, portanto, às primeiras formas de narrativas míticas (CAMPBELL, 2007). O espetáculo é um direito humano, está no jogo, no divertimento, vai da brincadeira ao lúdico, *Homo ludens* de Huizinga (2014), que não passa pelo racional, que mostra aspectos anteriores à cultura humana.

Künsch (2015) mostra também os possíveis riscos de aspectos do espetáculo diário da vida, com a velocidade e fugacidade da “modernidade líquida” de Bauman (2000), que são consequências do mesmo direito humano ao espetáculo. O espetáculo do consumo onde pessoas se transformam em mercadorias (BAUMAN, 2007), com a perda do presente e do contato com o corpo associados ao excesso de imagens (BAITELLO, 2014). Este lado do espetáculo, que o poder ou a ignorância humana tomam, pode ser usado para “amansar consciências”, espetáculo que pode se tornar perverso ou ruim com possíveis extremos da Indústria Cultural que Adorno e Horkheimer (1947) chamam a atenção, mas que, como veremos Benjamin, em seu ensaio de 1935, nos permite enxergar outras perspectivas para outra visão de espetáculo. Mas, enfim, o espetáculo é um direito humano, com suas nuances e consequências.

Saotome (1989) convida à reflexão sobre o fato de que seria simples, e de pouco ou nenhum valor para situações reais de conflito, a pura teorização sobre harmonia e justiça, através de uma exposição verbal, do racionalismo, fundado nos modelos convencionais científicistas. Ele segue com a questão prática, trazendo o desafio de que aplicar a harmonia e a justiça nas situações que enfrentamos no dia-a-dia “requer um entendimento profundo e uma confiança sincera”. A lógica pode nos dizer que a verdade está no processo da harmonia, que determinada atitude ou postura ética deve ser seguida. No entanto, quando algo de valor está em jogo e depende do resultado de determinada situação real, nossa confiança nessa lógica se quebra, pois frases belas e ideias eloquentes costumam ser esquecidas diante das pressões da realidade.

2.9. A Indústria Cultural e a democratização da cultura

De acordo com Martino (2009, p. 47), a expressão “indústria cultural” (em alemão, *Kulturindustrie*) foi usada pela primeira em um ensaio de Max Horkheimer (1895-1973) intitulado “Arte e Cultura de Massa” (1940). Mas foi em *Dialética do Esclarecimento* (1947) escrito por Horkheimer com Theodor Adorno (1903-1969), que o termo ganhou seu pleno desenvolvimento a fim de designar a situação da arte na sociedade capitalista industrial. Integrantes da Escola de Frankfurt, os dois filósofos alemães empregaram o termo pela primeira vez no capítulo “O iluminismo como mistificação das massas” da obra.

Aqui, para os objetivos desta dissertação, sem desconhecer a importância da contribuição, de resto conhecida, de Adorno e Horkheimer para a chamada teoria crítica, os conceitos de aura e indústria cultural serão explorados a partir do ensaio *A obra de arte na*

época de sua reprodutibilidade técnica, de Walter Benjamin, conforme trabalhado no artigo “O conceito de ‘aura’, de Walter Benjamin, e a indústria cultural” (2010), de Braulio Santos Rabelo de Araújo.

A proposta se mostra particularmente aderente aos objetivos desta dissertação, uma vez que o autor se propõe a (a) analisar a tese da superação do conceito de aura pela obra de arte na era da reprodutibilidade técnica, conforme Walter Benjamin originalmente propôs; (b) contrastar essa tese com a reflexão sobre indústria cultural de Adorno e Horkheimer e com as características da obra de arte produzida no decorrer do século 20 e início do século 21, o que torna a proposta ainda mais pertinente pelo período específico do desenvolvimento do mercado das artes marciais mistas; e (c) apresentar as contribuições que podem ser retiradas dessa análise para a atual reflexão a respeito dos impactos da internet e das tecnologias digitais sobre a produção cultural contemporânea.

No terceiro capítulo, por meio da metodologia proposta para esta dissertação, pretende-se levar em conta o suporte do artigo de Araújo (2010), que, como resultado principal a partir do qual podem ser feitas outras inferências, é possível considerar que as técnicas analisadas por Benjamin, apesar de terem tornado a obra de arte independente de um substrato único, não a emanciparam de seu caráter aurático. Autenticidade e unicidade, elementos centrais da aura, adaptaram-se às mudanças técnicas, adaptação essa que ocorreu em torno da industrialização, a qual marcou a produção cultural no século 20.

Walter Benjamin, no ensaio já citado, de 1935, analisa como as novas formas de produção artística, em especial a fotografia e o cinema, atuam na esfera da cultura. Em especial, Benjamin se ocupa de entender o impacto dessas novas técnicas na reprodutibilidade das obras de arte, provocando alterações na produção e recepção dessa obra e redimensionando o papel dela na sociedade. Como principal elemento, Benjamin coloca a tese de a reprodutibilidade técnica provocar a superação do caráter aurático da obra de arte. A autenticidade e unicidade, segundo ele, dão lugar à existência serial e à natureza aberta e fragmentária da obra de arte.

Segundo Benjamin, a obra de arte, destituída de sua aura, passa então a desempenhar uma nova função social, em um contexto em que conceito e prática idealistas da cultura são superados; a obra de arte não mais está em uma esfera superior, apartada da realidade material e desfrutável apenas de forma individual e subjetiva pelo sujeito. A partir dessa nova realidade, surgem o conceito e a prática materialistas da cultura, nos quais esta se torna uma construção humana e histórica, possível de ser desfrutada, apropriada e produzida por qualquer pessoa:

No momento em que o critério da autenticidade deixa de se aplicar à produção artística, toda a função social da arte se transforma. Em vez de fundar-se no ritual, ela passa a fundar-se em outra práxis, a política (BENJAMIN, 1994, p. 171-172).

Araújo (2010) considera, no entanto, que as técnicas analisadas por Benjamin não emanciparam a obra de arte de seu caráter aurático, mesmo que tenham tornado a obra de arte independente de um substrato único. Tendo como apoio o contraste do texto de Benjamin com o texto "A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas" (1947), de Adorno e Horkheimer, e a observação da produção das artes necessariamente reproduzíveis do cinema, da música e do livro ao longo do século 20 e início do século 21, pode-se entender, segundo Araújo, que a autenticidade e a unicidade, elementos centrais da aura, não foram eliminados. Adaptaram-se às mudanças técnicas, permitindo a continuidade do caráter aurático da obra de arte, em torno da industrialização cultural, que marcou a produção cultural no século passado.

Araújo (2010) segue a construção de sua linha de pensamento contextualizando a busca empreendida por Benjamin e Adorno na primeira metade do século 20, quando procuraram compreender o impacto das novas técnicas sobre a produção e recepção da cultura e chegaram a conclusões distintas. Ele defende que o desafio é compreender os impactos e potenciais das novas tecnologias, em especial, da Internet e da tecnologia digital, sobre a produção cultural contemporânea. Os contrastes apresentados entre as análises de Benjamin e Adorno, em especial, a forma distinta como analisam o papel da técnica e sua relação com a estrutura econômica, contribuem significativamente para essa reflexão.

O aspecto notável, no entanto, que mais nos interessa destacar no confronto com as ideias de Walter Benjamin, é o de que este tem uma visão diferente da Indústria Cultural, ao admitir a possibilidade, que Adorno e Horkheimer, provavelmente, jamais admitiriam, de a Indústria Cultural contribuir para a democratização da cultura, para dar às massas acesso ao conhecimento.

Baitello (2014) reforça esta questão em um diálogo com as ideias de Benjamin:

As anamneses sociais benjaminianas e sobretudo suas anamneses culturais ensinam que não nos encontramos diante de uma mera e ingênua possibilidade técnica, diante de um crescente refinamento e aperfeiçoamento na forma de lidar com as imagens que são compelidas à

multiplicação e à reprodução descontrolada. O potencial construtivo ou destrutivo das intervenções sociais e culturais por meio das imagens pode ser imenso, quando elas corporificam uma relação viva entre o homem e suas referências, seus símbolos (BAITELLO, 2014, p. 21).

Nessa mesma linha de crítica a uma visão muito fechada e reducionista da indústria cultural, na obra *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial* (1988), Cremilda Medina dialoga com o pensamento de Jean Lohisse, um estudioso belga que analisa a cultura de massa num quadro em múltiplos níveis, “complexo como a própria sociedade pós-industrialização” (MEDINA, 1988, p. 37). Lohisse enxerga o “nível-massa”, característico da sociedade, mas que não elimina o “pessoal” e o “grupal”. Em sua obra Lohisse destaca que

A sociedade tradicional é caracterizada por um pequeno número de seus membros, a fraca diferenciação de papéis (exceto no que concerne a idade e sexo), o caráter global e pessoal das relações entre os indivíduos, a pressão do grupo, a importância da tradição. Os problemas ficam sempre nos limites da experiência de cada um e as trocas se fazem de pessoa a pessoa (LOHISSE, 1969, p. 27).

Lohisse (1969), em uma abordagem interpretativa, evitando julgamentos, enxerga a posição de um “indivíduo-massa” em uma sociedade pós-industrial sujeito a grupos primários e secundários, considerando, de forma compreensiva, que a massa não é homogênea. Em sua obra, Lohisse (1969) distingue três diferentes forças agentes no fenômeno conhecido como cultura ou comunicação de massa:

os *arquetipos*, fatores biogenéticos, elementos sociogenéticos ou mitos que por serem universais entram no coletivo (é o antropos universal); os *osmotipos*, que procedem da corrente da relação cultural, contatos, convergências de valores, ritos, símbolos, formas, estilos, e conteúdos das sociedades, grupos e culturas particulares; e os *lidertipos*, desencadeados dos centros industrialmente mais equipados, com maiores recursos financeiros e políticos, ou então, segregações próprias de um determinado contexto em reação a novas situações (MEDINA, 1988, p. 37).

A perspectiva de Lohisse com o reconhecimento da força agente dos arquetipos, embora distinta da abordagem de Walter Benjamin, demonstra traços marcantes de que, por mais

capitalista e ideológica que seja, a indústria cultural não consegue desconstruir aspectos marcantes da cultura como o mito, e a cultura de massa, com outra leitura da “massa” pelo autor, destaca conceitos como a “comunicação anônima” que serve, entre outros fins, à manutenção dos sistemas sociais pós-industrialização. É uma outra perspectiva da democratização da cultura, "onde a contribuição de Jean Lohisse se transforma de descrição de fenômeno em compreensão de seu papel histórico é na reabilitação da mensagem-consumo da cultura de massa" (MEDINA, 1988, p. 39).

CAPÍTULO 3

ARTES MARCIAIS MISTAS, MÍDIA E ESPETÁCULO

Este capítulo marca o momento claramente empírico desta dissertação, cujo objetivo é mostrar a midiaticização e a espetacularização das artes marciais, ou seja, como isto ocorre. “Mostrar” mais que “demonstrar”, como já dito, com fatos, contextos e situações visíveis no universo das artes marciais mistas em sua relação com a mídia. A opção por “mostrar” mais que por “demonstrar” lança esta pesquisa para o âmbito do método da compreensão, trabalhando numa visão que integra, mas que vai além da crítica ao espetáculo em sua versão mercadológica e ideológica, para vê-lo também como uma realidade social e humana a que as pessoas têm direito.

Pretende-se trabalhar de forma sistematizada em três blocos de temas, de modo a explorar a midiaticização e a espetacularização em quatro perspectivas:

- **Pequena história da produção de um grande espetáculo:** retomar o tema do UFC e as origens das artes marciais mistas com a perspectiva de produtos da indústria cultural sob a ótica da sociedade do espetáculo;
- **O espetáculo em seis produtos midiáticos:** continuar o diálogo sobre o espetacularização e midiaticização no filme “Mais Forte que o Mundo – A História de José Aldo”- já iniciado no primeiro capítulo - e explorar outros seis produtos midiáticos: o filme *La Riña* (Rinha - O Filme), o clipe da música “Ainda Bem” de Marisa Monte, a campanha publicitária do energético “TNT *Energy Drink*”, a campanha “Escolha seu Combate” do “Canal Combate”, e o próprio fenômeno espetacular e midiático Conor McGregor;
- **As artes marciais mistas na sociedade líquido-moderna:** o que representam as artes marciais mistas enquanto produto midiático, o “Canal Combate” e os programas “Revista Combate” e “Combate News”, os aspectos de transformação das pessoas em mercadorias, a perda do corpo pelo excesso de imagens;
- **A midiaticização, o espetáculo e a compreensão:** a realidade complexa do mundo espetacular das artes marciais mistas, do UFC, dos produtos midiáticos da indústria cultural, procurando uma visão compreensiva.

3.1. Pequena história da produção de um grande espetáculo

No primeiro capítulo, ao iniciar em forma de uma narrativa de um episódio do programa esportivo digital *The Fumble* apresentado por Crystal Marie Denha, procurou-se dar a

perspectiva da intensidade, dinâmica, jogos de imagens, agilidade e uso da plataforma *web* para a comunicação do jornalismo esportivo de artes marciais mistas. Especulação, provocação, procurando levar o espectador a permanecer na contínua estesia reforçada pela contínua ênfase na falação esportiva, superficialidade e a sobrevalorização da forma em relação ao conteúdo na sustentação do espetáculo.

Dando prosseguimento, a proposta é de continuar explorando a pequena história do grande espetáculo UFC com fatos, contextos e situações relacionados com a espetacularização midiática e a história do atleta José Aldo.

3.1.1 Os bastidores do mundo do combate

Como descrito no primeiro capítulo, o UFC foi criado em 1993 com uma iniciativa de Rorion Gracie, Art Davie e John Milius. Este último, roteirista e diretor responsável por criar todo o contexto do octógono, do *cage* (jaula), estudou na USC School of Cinema-Television, onde também estudaram George Lucas e Christopher Vogler. Todos os três reconhecem em suas falas públicas a influência de Joseph Campbell em sua formação e obras. John Milius, inclusive, foi o diretor de *Conan, o Bárbaro* (1982), uma obra que demonstra de forma clara as etapas da jornada do herói (CAMPBELL, 2007). Aparentemente surgindo como “algo novo”, como o próprio Debord (1997) poderia dizer, o UFC é mais uma “forma particular” do espetáculo já instituído enquanto modelo da vida dominante na sociedade (DEBORD, 1997, p. 14).

O UFC 4, ocorrido em 16/12/1994 no Expo Center Pavilion em Tulsa, Oklahoma, EUA, foi o evento marcante para a midiaticização das artes marciais mistas, mesmo tendo sido um prejuízo para a organização UFC em função de que o combate final extrapolou o tempo contratado de satélite, que havia sido de 2 horas, fazendo com que a luta final não tivesse seus últimos minutos transmitidos pela interrupção do sinal de satélite. Em nenhum evento anterior isto havia ocorrido. Lembrando que, até esta data, não havia *rounds* com duração fixa, e os árbitros não podiam interromper a luta. A partir de então, as regras mudaram e isto, obviamente, dava ao mercado midiático uma nova visão.

No UFC 5, realizado em 07/04/1995 no Independence Arena, em Charlotte, nos Estados Unidos, a duração máxima de 30 minutos. O árbitro já teria mais poderes, como, por exemplo, interromper o combate. Estas mudanças iam contra a filosofia e estratégia que interessava aos

Gracie que era de proporcionar ao público um espetáculo de um combate real que lhes permitia demonstrar a eficácia do Jiu-jítsu praticado pela família.

Em 2001, a organização UFC estava quase indo à falência, com seus antigos sócios. O bom relacionamento entre os irmãos Fertitta (ramo de casinos) e Dana White (promotor de boxe) e a sua boa relação em Las Vegas, num meio onde o boxe já tinha história, certamente lhes permitiu enxergar o potencial que representava adquirir o UFC. Os três perceberam este potencial, criaram a empresa *Zuffa LLC* e adquiriram o UFC por US\$ 2 milhões de dólares estadunidenses. O evento passa a ser gradualmente reformatado, agora dentro dos padrões desejados da Comissão Atlética de Nevada e de outros estados: regras específicas, faixas de peso e *rounds* com duração de tempo fixa, supostamente para a preservação dos atletas. Estava aberto o caminho para a ampliação do espetáculo midiático e do crescente volume de negócios.

Sim, o UFC promove eventos com divulgação atrativa, o uso intenso, massivo das redes sociais como um de seus pilares, a interatividade entre espectadores e atletas, trazendo uma aura em torno da marca UFC e de alguns atletas. No entanto, quando se observa de perto cada combate, dos 11 ou 12 de uma noite de sábado, há, em geral, pouca combatividade quando se compara com os primeiros eventos do UFC, e o esporte tem se aproximado muito do padrão de eventos do boxe. Há muito pouco do que era a proposta dos primeiros eventos do UFC, da surpresa, do aspecto quase circense, e a imagem que é vendida não é correspondida em nível de qualidade em todos os combates de cada evento. Parece haver um cenário complexo entre o número de atletas com o nível de talento necessário para o volume de negócios que a organização quer promover:

- A organização UFC promoveu 40 eventos em 2015;
- O histórico da organização UFC em 2016 demonstrou até agora uma média de 3 eventos por mês. Ou seja, uma proposta de pelo menos 40 eventos em 2016;
- Cada evento tem promovido até 12 lutas, ou seja, 24 atletas diferentes por evento, sendo que em cada evento há um *card* principal com quatro ou cinco lutas onde, em geral, são as disputas de títulos, que são as lutas que justificam audiência;
- O UFC tem, atualmente, 636 atletas contratados, destes 10 são detentores de títulos que correspondem às 8 categorias masculinas e 2 femininas;

Nesse novo formato, dentro do qual o UFC passou a ser uma organização desde 2001, a relação entre artes marciais, mídia e mercado, e como as imagens e a qualidade dos combates

são produzidas nessa interação, é fundamental que o *show business* dos combates reflita um princípio de relação entre espetáculo, imagens e relação social entre pessoas que Debord (1997) chamou a atenção: “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1997, p. 14). E, nesse novo modelo de produção em massa, o volume de imagens geradas parece perder em qualidade e não garantir esta mediação.

A tão evidente perda da qualidade, em todos os níveis, dos objetos que a linguagem espetacular utiliza e das atitudes que ela ordena apenas traduz o caráter fundamental da produção real que afasta a realidade: sob todos os pontos de vista, a forma-mercadoria é a igualdade confrontada consigo mesma, a categoria do quantitativo. Ela desenvolve o quantitativo e só pode se desenvolver nele (DEBORD, 1997, p. 28).

A carreira de atleta de MMA se tornou um desejo de muitos, um projeto de vida, um caminho atrativo comparável, guardadas as devidas proporções, à carreira de jogador de futebol. A reportagem “Quero lutar no UFC” mostra o caminho percorrido por alguns atletas de sucesso, os valores de bolsas (prêmios) pagos pelo UFC e organizações concorrentes como: *Bellator*, *WOCS*, *World Series of Fighting*, *Jungle Fight*. Apesar de muitos eventos não divulgarem suas bolsas, eventos como o UFC chegam a pagar US\$ 2,5 milhões de dólares estadunidenses (Lista de bolsas completas do UFC 200).

Estes valores estão muito acima dos usuais que os atletas costumam ganhar, que é da ordem de algumas dezenas de milhares de dólares e, em contrapartida, está bem aquém dos valores milionários do mundo do boxe, que chegam à casa de dezenas ou mesmo centenas de milhões de dólares. O combate entre o filipino Manny Pacquiao e o americano Floyd Mayweather em 02/05/2015, representou quase US\$ 400 milhões de dólares estadunidenses: US\$ 200 milhões para Floyd e US\$ 120 milhões para Manny. O UFC ainda está longe disso, mas é um caminho que os executivos de negócios parecem enxergar futuro.

Quando, em 11/07/2016, foi divulgada a aquisição do UFC pelo grupo de entretenimento WME-IMG pela quantia aproximada de US\$ 4 bilhões de dólares estadunidenses a organização UFC se antecipou em declarar que a WME-IMG não interferiria na gestão dos contratos entre o UFC e os atletas. Discussões já surgiam na mídia há mais de um ano demonstrando iniciativas de atletas no sentido de se organizarem e até mesmo fundar um sindicato, como em entrevista concedida por José em 31/05/2015 para o “Site Combate”. Nesta

entrevista específica, o atleta falava das perdas financeiras que os atletas teriam em função do contrato de exclusividade do UFC com a *Reebok*. Os atletas passavam a estar obrigados a usar roupas exclusivamente da *Reebok* na semana dos combates, e não poderiam estampar as marcas de seus patrocinadores pessoais dentro do octógono, seja em seus uniformes de combate, ou em *banners* personalizados, que passaram a estar banidos. José Aldo, desde então, passou a se pronunciar sobre a questão, falar em nome da categoria dos atletas publicamente.

3.1.2 José Aldo e a Força do Mundo do Espetáculo

“Mais Forte que o Mundo – A História de José Aldo”, o filme:

Baseado na história do expoente brasileiro de lutas de vale-tudo José Aldo, o filme mostrará a vida de superação do lutador. Aldo vem de uma família grande e pobre de uma periferia de Manaus. Lutou para construir sua vida e passou por escolhas muito difíceis. Quando tem a oportunidade de lutar MMA, José Aldo revela ser bem maior do que todos imaginavam.

Como um manauara se torna protagonista de um produto da indústria cultural? Esta pergunta requer pensar, antes, que José Aldo é protagonista de mais de um produto da indústria cultural. Mas, seria José Aldo, em si, um produto midiático com tanta força?

José Aldo é, atualmente, o campeão interino dos pesos Pena do UFC, aguardando definição de data para uma revanche, um combate de unificação do título do peso Pena com Conor McGregor, atual detentor do cinturão. Nesse contexto, ele é um produto midiático como funcionário do UFC, capaz de gerar audiência em eventos televisivos, promoções, mídias sociais, por exemplo.

José Aldo também é tema da campanha publicitária do “TNT Energy Drink”, desenvolvida pela Y&R Brasil em fevereiro de 2015, que procura associar a imagem do atleta, famoso por sua resistência e força durante os combates no octógono, usando a imagem de um rinoceronte. Ele também participa de uma campanha do “Canal Combate”, intitulada “Escolha Seu Combate”, da qual também participam Jon Jones e Ronda Rousey, com aspectos claramente ligados à jornada do herói (CAMPBELL, 2007) e da qual trataremos mais adiante.

Enfim, consideremos, agora, a trajetória de José Aldo o cidadão, em 2015, dez anos invicto e consagrado por seus feitos no octógono, que o levariam a ter um filme sobre sua vida. José Aldo é um dos atletas brasileiros que passou a ser um símbolo nacional.

Em seu contrato com o UFC há ainda seis lutas a serem realizadas e, já há cerca de um ano, o atleta têm demonstrado seu descontentamento com o espetáculo, com a atenção desproporcional dada a Conor McGregor. Em entrevista concedida ao site “Combate” intitulada “José Aldo detona tratamento do UFC a McGregor e insinua *dopping* do irlandês”, o brasileiro reclama sobre dificuldades de comunicação com a organização, divergências sobre agenda de lutas e valores de bolas e planos para o final de sua carreira, já falando em se transferir para o boxe profissional.

Um exemplo que reforça esta tensão é de outro grande atleta, GSP (Georges St. Pierre), que se aposentou como campeão dos pesos Meio-médios e está sem lutar desde novembro de 2013, e atualmente renegocia a volta ao UFC. Em reportagem no site Terra em 04/07/2016, GSP fala duramente sobre negociação de contratos ruins que certos atletas fazem, no calor das emoções, e que prejudica a categoria. Ele, certamente, retornará com um bom contrato.

Outra perspectiva é o documentário *Champs* (2015), dirigido por Bert Marcus, produzido pelo próprio Mike Tyson em conjunto com outros produtores, que trata da vida dos atletas do boxe, o lado de fama, glória, fortuna, e como os jovens chegam a este caminho, desigualdade social, falhas no sistema de educação e penal, as armadilhas e como caem nelas. O próprio Tyson é um exemplo vivo. O documentário conta também com a participação de atletas como o campeão Evander Holyfield. O boxe é um esporte maduro e carismático na cultura estadunidense. O MMA, ainda jovem, mas já com o modelo da organização UFC demonstra evidências de seguir um caminho semelhante no aspecto de oportunidade de busca de sucesso, reconhecimento, fama, glória e dinheiro.

A atitude de José Aldo em questionar a organização UFC tem fundamento e representa os direitos de uma categoria que, até então, não se organizava, não pensava em conjunto. Por outro lado, sua atitude um tanto “rinoceronte” pode estar lhe rendendo uma demonstração de força por parte do UFC, em nome do próprio espetáculo, a lhe dizer que ele, José Aldo, não é mais forte que o mundo do espetáculo.

3.2. O espetáculo em seis produtos midiáticos

A proposta, ainda neste momento empírico, é continuar o diálogo sobre o espetacularização e midiática no filme “Mais Forte que o Mundo – A História de José Aldo”, já iniciado no primeiro capítulo. Em seguida, explorar outros cinco produtos midiáticos

escolhidos com uma diversidade que possa compreender a amplitude da midiaticização e espetacularização das artes marciais mistas: o filme *La Riña* (Rinha - O Filme), o clipe da música “Ainda Bem” de Marisa Monte, a campanha publicitária do energético “TNT Energy Drink”, a campanha “Escolha seu Combate” do “Canal Combate”, e o próprio fenômeno espetacular e midiático Conor McGregor;

3.2.1 “Mais Forte que o Mundo: A História de José Aldo”

“Mais Forte que o Mundo: A História de José Aldo”, que viria a ser lançado em 16/06/2016, dirigido por Afonso Poyart. Nas palavras de Poyart, o filme “funciona em diversos níveis, tem o drama, o romance, o humor, a ação das lutas. É um filme bem aberto para todos os públicos, fãs de combates ou não, é uma bela história de um vencedor que veio de baixo”. O caminho de um herói que combate, se supera, encontra obstáculos, inimigos, rumo ao sucesso, e, também, ao espetáculo midiático. Novamente aqui, a jornada do herói (CAMPBELL, 2007) com que nos identificamos quando vemos uma história de superação. Em entrevista ao UOL em 15/06/2016, Poyart afirma: “Mas o principal é a história de pai e filho. Não sou de fazer filmes pequenos, delicados. Para mim, um filme precisa sempre ser sobre uma pessoa. De preferência, contendo uma catarse de um personagem que evolui ao longo da história”.

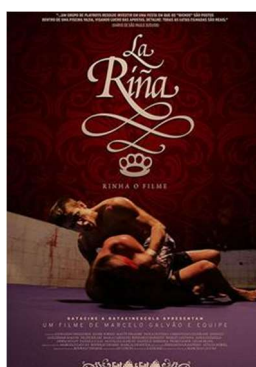
Na mesma entrevista, Poyart dialoga com o repórter Leonardo Rodrigues sobre o crescimento do gênero de filmes de ação, a reboque da franquia “Tropa de Elite” (2007/2010), que trouxe títulos de acuro técnico exemplar como “2 Coelhos” (2012), “Alemão” (2014) e “Operações Especiais” (2015). Isto se encaixa muito bem e parece ser claramente reforçado por uma leitura através de Kellner quando este diz que “espetáculos são aqueles fenômenos de cultura da mídia que representam os valores básicos da sociedade contemporânea, determinam o comportamento dos indivíduos e dramatizam suas controvérsias e lutas, tanto quanto seus modelos para a solução de conflitos” (KELLNER, 2004, p. 5).

Há uma identificação do público com o protagonista, e o momento em que José Aldo, o produto midiático, vive em sua carreira, é ideal para o lançamento do filme.

3.2.2 *La Riña (Rinha - O Filme)*

Baseado em fatos reais, “Rinha - O Filme”, do diretor Marcelo Galvão (faixa preta de Jiu-jítsu) levanta a polêmica das lutas clandestinas em uma festa secreta onde drogas e bebidas são parte do espetáculo. Conforme texto da reportagem da Revista de Cinema UOL, “Rinha” (figura 17) é um filme de ação com um drama denso e humor irônico. A festa reúne *playboys* poderosos da sociedade paulistana - ex-alunos do Colégio Americano em São Paulo - que apostam fortunas em lutadores que se digladiam dentro do *ring* - uma piscina vazia - por alguns míseros dólares. A história é narrada pelo *playboy* mais sociopata e inescrupuloso da Rinha, Patrick (o ator Christiano Cochrane).

Figura 17 - La Riña - Rinha, o Filme



Fonte: Site CineClick.com.br¹⁷

O longa participou da “32ª Mostra Internacional de Cinema de São Paulo”, “Premier Brasil” no “Festival do Rio 2008”, *Mexico International Film Festival*, Seleção Oficial do *New York International Latino Film Festival 2009*, Seleção Oficial do *Strasbourg International Film Festival 2009*, entre outros.

Com agressividade e extremo sarcasmo, o protagonista conta o que aconteceu naquela noite fatídica, revelando sua visão distorcida da realidade. Para garantir realismo, o diretor Marcelo Galvão trouxe para o *set* lutadores profissionais de MMA que se enfrentaram em confrontos verdadeiros dentro de uma piscina e sem luvas, dispensando dublês nas filmagens. “Criei um longa de ação com esse diferencial de lutas reais”, destaca. A trama envolvendo lutas

¹⁷ Disponível em < <https://www.cineclick.com.br/rinha-o-filme>>. Acesso em 24 jul. 2016.

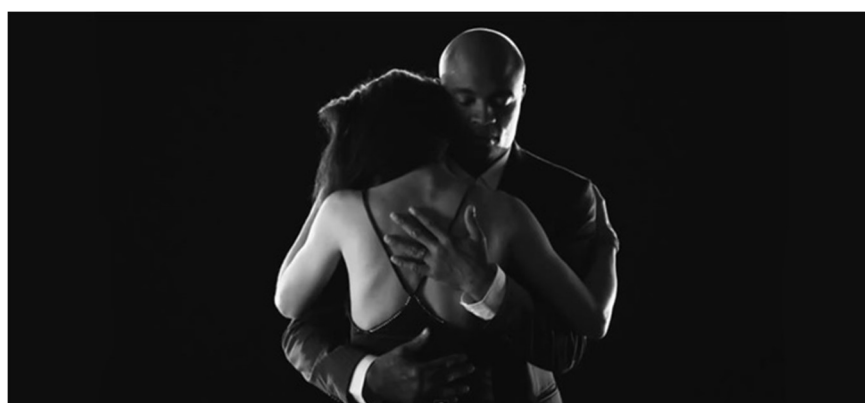
clandestinas é baseada em fatos reais e revela, certamente, uma realidade que ainda existe, conforme reportagem do site Zero Hora, que investigou lutas em “torneios de estímulo” que mostram diversas irregularidades no MMA e no muay thai em Porto Alegre e na Região Metropolitana. Mais um lado complexo e obscuro do espetáculo a ser compreendido.

3.2.3 Marisa Monte e Anderson Silva – *Ainda bem*

Marisa Monte, no vídeo oficial do *making of* de *Ainda bem* diz que a canção “fala da sorte e da felicidade de um encontro”. A artista afirma que queria para o clipe alguém que, assim como ela, gostasse de dançar, mas não fosse um dançarino profissional, e foi quando ela se lembrou do campeão Anderson Silva, que aceitou o convite. A ideia de trabalhar os conceitos de força e delicadeza, peso e leveza.

O vídeo oficial, um clipe de 3 minutos e 44 segundos, em preto e branco, sem falas. Marisa Monte e Anderson Silva em um cenário vazio sem fundo, apenas tons de cinza (figura 18). Pouca luz, abertura com violões flamencos, ele entra caminhando lentamente, negro, um brinco de brilhante, de terno escuro, trajando uma camisa clara, lisa. O olhar não encara a câmera. Ela entra logo atrás, num vestido preto, de alças, também caminhando, uma pequena pausa e se entregam à dança, um encontro.

Figura 18 - Marisa Monte e Anderson Silva no clipe de “Ainda bem”



Fonte: Site DancaemPauta.com.br¹⁸

¹⁸ “Os Brutos também dançam”, Site Dança em Pauta, 4 out. 2011. Disponível em <<http://site.dancaempauta.com.br/os-brutos-tambem-dancam/>>. Acesso em 24 jul. 2016.

Ainda bem

Ainda bem / Que agora encontrei você

Eu realmente não sei / O que eu fiz pra merecer / Você

Porque ninguém / Dava nada por mim / Quem dava, eu não tava a fim

Até desacreditei / De mim

O meu coração / Já estava acostumado Com a solidão

Quem diria que a meu lado / Você iria ficar / Você veio pra ficar

Você que me faz feliz / Você que me faz cantar / Assim

O meu coração / Já estava aposentado / Sem nenhuma ilusão

Tinha sido maltratado / Tudo se transformou / Agora você chegou

Você que me faz feliz / Você que me faz cantar / Assim

Observando por aspectos de métricas de audiência, somente o vídeo oficial do *making of* de *Ainda Bem* no Canal de Marisa Monte na plataforma Youtube teve mais de 459 mil visualizações desde 03/10/2011. O vídeo do clipe oficial de *Ainda Bem*, por sua vez, tem mais de 37 milhões de visualizações desde 25/09/2011. Apenas como uma comparação segue uma pequena listagem de outros vídeos de Marisa Monte (em número de visualizações):

- *O que me Importa* – 5,3 milhões desde 17/01/2009;
- *Bem que se Quis* – 3,7 milhões desde 16/10/2009;
- *Velha Infância (Tribalistas)* – 24 milhões desde 05/10/2009;
- *Já sei Namorar (Tribalistas)* – 14 milhões desde 25/06/2007.

Por outro lado, procurando na plataforma Youtube por vídeos com a palavras chave “Anderson Silva”, exclusivamente, não foram encontrados quaisquer vídeos com audiência equiparável mesmo aos clipes de Marisa Monte com audiência mais baixa, até mesmo pelo fato de que o MMA é um esporte de nicho. E o que, então, leva um clipe, uma canção, a escolha de um artista de MMA a uma audiência de mais de 37 milhões de visualizações?

Como Marisa Monte expressa, a canção fala “da sorte e da felicidade de um encontro”. A espera e a busca por um amor é parte do inconsciente coletivo da humanidade. A integração dos opostos, que é uma meta no processo de individuação, proposto por Jung (1996), ao defender que quanto mais coisas integramos à nossa psique, mais caminhamos no nosso processo de crescimento e desenvolvimento e menos neuróticos e ambivalentes ficamos. O mesmo processo de individuação visto agora por uma perspectiva literária, através de um poema de Fernando Pessoa, “Eros e Psique” narra a trajetória de um encontro que, afinal, seria consigo mesmo:

“Eros e Psique”

(Fernando Pessoa)

...E assim vêdes, meu Irmão, que as verdades
que vos foram dadas no Grau de Neófito, e
aquelas que vos foram dadas no Grau de Adepto
Menor, são, ainda que opostas, a mesma verdade.

(Do Ritual Do Grau De Mestre Do Átrio

Na Ordem Templária De Portugal)

Conta a lenda que dormia

Uma Princesa encantada

A quem só despertaria

Um Infante, que viria
Do além do muro da estrada.
Ele tinha que, tentado,
Vencer o mal e o bem,
Antes que, já libertado,
Deixasse o caminho errado
Por o que à Princesa vem.
A Princesa adormecida,
Se espera, dormindo espera.
Sonha em morte a sua vida,
E orna-lhe a fronte esquecida,
Verde, uma grinalda de hera.
Longe o Infante, esforçado,
Sem saber que intuito tem,
Rompe o caminho fadado.
Ele dela é ignorado.
Ela para ele é ninguém.
Mas cada um cumpre o Destino –
Ela dormindo encantada,
Ele buscando-a sem tino
Pelo processo divino
Que faz existir a estrada.
E, se bem que seja obscuro

Tudo pela estrada fora,
E falso, ele vem seguro,
E, vencendo estrada e muro,
Chega onde em sono ela mora.
E, inda tonto do que houvera,
À cabeça, em maresia,
Ergue a mão, e encontra hera,
E vê que ele mesmo era
A Princesa que dormia.

“O herói como amante”, a figura do guerreiro midiático Anderson Silva agora de terno, em uma dança sensual, em um encontro, com Marisa Monte, ambos símbolos midiáticos de consumo, transformados em mercadoria conforme Bauman (2007), em uma visão compreensiva. A dança e toda a imagem mostram os pares de opostos. As pessoas buscam por integração, talvez este seja um outro ponto que explique o fato de o vídeo ter tantos acessos.

E, ainda numa visão compreensiva, pode-se também questionar a possibilidade de que a associação das imagens e valores viabiliza a democratização da cultura. Espectadores de MMA ouvem Marisa Monte e possíveis eruditos avessos às “brutalidades do octógono” passam a enxergar e compreender o talento de um artista marcial.

3.2.4 “*TNT Energy Drink*”, o lado rinoceronte de José Aldo

José Aldo também foi tema da campanha publicitária do *TNT Energy Drink* desenvolvida pela Y&R Brasil em fevereiro de 2015, que procura associar a imagem do atleta, famoso por sua resistência e força durante os combates no octógono, usando a imagem de um rinoceronte, mostrado na figura 19, um animal de força descomunal. Lembrando, no entanto, que o rinoceronte também passa a imagem de anti-social, irascível e grotesco.

Figura 19 - O lado rinoceronte de José Aldo.



Fonte: Site Globo.com¹⁹

Novamente, um atendimento a um apelo, associação de valores de um produto a um indivíduo e a intenção de que, com consumo rápido, fácil e fugaz, o espectador e consumidor, tenha a experiência de se sentir um pouco como “o José Aldo dentro da latinha do energético TNT”, transformado “naquela” mercadoria, e então passando a estar à frente. Mas, a própria característica do mercado *fitness* traz consigo a mensagem de que a mensagem tem data de validade, é uma experiência com necessidade de renovação (BAUMAN, 2007, p.109).

Atualmente o energético da marca “Monster”, competidor do TNT, é o patrocinador global parceiro do UFC, o que pode ter contribuído para reduzir o tempo de vida da campanha publicitária e possíveis restrições contratuais do atleta com o UFC.

3.2.5. Escolha seu Combate

O “Canal Combate”, com o objetivo de trabalhar sua imagem e criar vínculos com o espectador assinante, desenvolveu a campanha “Escolha seu Combate” em maio de 2014. A estratégia escolhida foi a de ampliar a ideia do universo da luta, abrindo possibilidades de que o público se identificasse com o mundo pessoal dos atletas, com seu dia-a-dia e, por consequência, com o mundo do combate. A princípio, um atleta de MMA é um indivíduo que parece ter forma física perfeita, saúde inabalável, fama, sucesso, dinheiro, o que cria um abismo entre ele e o espectador e, portanto com o potencial assinante do “Canal Combate”.

¹⁹ Foto: Divulgação, Y&R. Disponível em < <http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2015/01/lutador-jose-aldo-encarna-no-corpo-de-rinoceronte-em-propaganda.html> >. Acesso em 24 jul. 2016.

Para aproximar o atleta do espectador, a campanha traz atletas de ponta em vídeos com cada um deles, individualmente, um pouco de sua história, seu desafio diário de disciplina, foco e trabalho em equipe. Desde o lançamento, a campanha contou com Jon Jones, José Aldo e Ronda Rousey.

Os atletas falam de determinação, disciplina, trabalho, mostrando o lado solitário do trabalho duro e dos sacrifícios feitos na jornada do herói. O mito nos leva a nos identificarmos com um propósito, uma causa, um grupo. O vídeo de Jon Jones, por exemplo, é produzido mostrando imagens de Jon Jones e, simultaneamente, a rotina de um indivíduo “comum”, no seu dia-a-dia, acordando cedo, com chuva, pegando ônibus, e as cenas em alternância com os momentos de treino do atleta e sua narrativa sobre seu mundo.

3.2.6 “*The Notorious*” Conor McGregor

Conor McGregor é necessário para o espetáculo e ele, em si, é atualmente o maior produto vivo do mundo do MMA. E há evidências para isto, além do fato de que ele já era um atleta patrocinado pela *Reebok*, que é o atual patrocinador exclusivo dos atletas, o que, por si só, causou polêmica e desconforto no meio. Depois do que poderia ser considerada uma crescente “pasteurização” dos combates do UFC a partir de 2001 com a aquisição da organização pelos irmãos Fertitta e Dana White - combates com *rounds* com tempo definidos, limites de peso, regras cada vez mais restritivas, e maior exposição à mídia - os atletas passaram a demonstrar um nível muito similar. Como os combates aumentaram em número, há menos combatividade, muitas vezes são monótonos e tornam-se até mesmo feios.

Os atletas da “velha guarda”, como Anderson Silva (41), GSP (Georges St Pierre, 35), B.J. Penn (37), Vitor Belfort (39), Demian Maia (38), Lyoto Machida (38), Rashad Evans (36), Stephan Bonnar (39), Michael Bisping (37), entre outros, já com 35 anos ou mais, estão próximos de se aposentar. Além destes, não são muitos os atletas que demonstram capacidade de efetivamente espetacularizar, levar o público ao momento de estesia, de carregar um espetáculo sozinhos, como McGregor o faz. Houve períodos em que o americano Chael Sonnen, agora aposentado do mundo dos combates e atualmente com 39 anos, um atleta de qualidade técnica, também sabia gerar polêmicas. Royce Gracie, o vencedor das duas primeiras edições e da quarta edição do UFC comenta sobre sua percepção a respeito dos atuais combates nos eventos de MMA:

Os caras dão dois socos, entram em *clinch*, tentam botar o outro pra baixo, jogam o cotovelo na cara e partem para o estrangulamento. Isso não é estratégia, é um desejo. Você deseja que a luta aconteça assim. Estratégia é saber o que o cara vai fazer para tirá-lo do jogo dele (AWI, 2012, p. 8).

Num espetáculo é preciso que haja novidade. E Connor McGregor veio de uma história e sequência de vitórias inquestionável. Dono de uma oratória sem igual diante das câmeras, com uma capacidade de interagir com o público e de gerar a audiência que a organização UFC precisava para alavancar seu crescimento. O vídeo disponível na plataforma Youtube intitulado “*Conor McGregor: Shipping up to Boston*” mostra a variedade da performance de McGregor dentro e fora do octógono. Entre suas frases polêmicas, McGregor desfere contra seus oponentes, em resposta a uma entrevista no UFC 178: “Eles não se movem como eu me movo, eles não pensam como eu penso e eles não falam como eu falo”. Após o UFC 194, quando McGregor nocauteou José Aldo em 13 segundos, em entrevista coletiva, McGregor dispara a mais famosa do momento: “Precisão vence a força e o *timing* vence a velocidade”.

As polêmicas geradas antes do UFC 200, em que McGregor se recusou a cumprir agendas de eventos promocionais, lhe renderam uma punição, lhe retirando do *card* do evento. No mesmo período, McGregor teria postado em mídias sociais que estaria se aposentando. Segundo o atleta, em reportagem reproduzida pelo site Combate, intitulada "McGregor quebra o silêncio, critica o UFC e afirma: 'Eu não me aposentei'", ele considerava estar tendo mais responsabilidades promovendo o UFC do que se preparando para lutas.

McGregor surpreende o público com seu jogo dentro e fora do octógono, não se contentando em seguir o roteiro do atleta convencional funcionário do UFC. Como ele mesmo diz em suas entrevistas o que pensa, essa atitude gera audiência. Nessa entrevista, em tom de desabafo, ele fala em ter, ele mesmo, gerado US\$ 400 milhões de dólares estadunidenses em três eventos nos quais ele participou em um período de oito meses.

McGregor tem frases de efeito marcantes, gera audiência, é o atleta do momento e é certo que, qualquer outro atleta que dispute um combate com ele ganhará bolsas com valor elevado. Um aspecto que evidencia sua popularidade nas mídias sociais, quando comparado a outros atletas e até mesmo Dana White, o presidente do UFC, em milhões de seguidores:

- Dana White: 3,86.
- Anderson Silva: 7,67.
- Ronda Rousey: 3,05.
- Conor McGregor: 2,1.
- José Aldo Júnior: 0,74 (equivalente a cerca de 740 mil seguidores).
- Miesha Tate: 0,61 (equivalente a cerca de 610 mil seguidores).
- Nathan Diaz: 0,54 (equivalente a cerca de 540 mil seguidores).

O site oficial do UFC disponibiliza entrevista exclusiva em que Dana White, presidente da organização UFC, reconhece que Conor McGregor é diferenciado e tem uma atitude que o destaca dos demais atletas. Em tradução livre: “Dana White: ninguém no jogo é como Conor McGregor”.

Não contente em ser o campeão dos pesos pena, McGregor se aventura em categorias de pesos superiores, procurando unificar cinturões de duas categorias, uma outra estratégia que, certamente, o torna um produto midiático atrativo. Ele se diz inquieto, um “mestre do movimento” e que, onde houver um desafio, ele estará.

3.3 As artes marciais mistas na sociedade líquido-moderna

Com o fenômeno da globalização e da modernidade líquida, e a criação e popularização das academias difundindo o MMA, com a criação do UFC em 1993 e seu crescimento, veio junto a exacerbação do consumo, a avidez pelo rápido, o descarte, o hedonismo e individualismo extremados, superficialização, conforme Bauman (2000), e é uma hipótese o consequente enfraquecimento do aspecto mitológico da arte marcial. Como pontuou Royce Gracie, o maior vencedor por finalizações da história do UFC: “No início era estilo contra estilo, agora é atleta contra atleta, porque todos treinam vários estilos... E com os limites de tempo nas lutas, nem sempre o melhor vence, algumas vezes é só o mais agressivo” (PRESTON, 2007. p. 64).

A pergunta que fica: este sempre foi o caminho evolutivo das artes marciais? Ou foi mais acelerado com a modernidade líquida? Haverá um encerramento deste ciclo de aparente desgaste do modelo líquido do MMA que o UFC parece estar atingindo, com a possibilidade de resgate ou mudança de modelo? Qual foi o papel da família Gracie?

3.3.1 O Projeto Gracie

Para Rorion Gracie, filho de Hélio Gracie, como se lê em Awi (2012, p. 84), “o Jiu-jítsu jamais seria reconhecido mundialmente como a arte marcial mais eficiente se os americanos não acreditassem nisso”. O projeto da família Gracie, do ponto de vista midiático, já tinha sucesso na década de 1930 no Rio de Janeiro, onde os Gracie se estabeleceram quando vieram do Pará. Carlos Gracie e seu irmão mais novo, Hélio Gracie (o segundo a partir da esquerda na figura 20), pensaram um projeto. Rorion Gracie deu prosseguimento com a geração seguinte. E foi com esse pensamento, estabelecendo bases na Califórnia, sua academia, um número considerável de alunos, construindo relações, até chegar à concepção do UFC com Art Davie e John Milius, como já tratado anteriormente. Apesar de ter saído da sociedade da organização, Rorion Gracie atingiu o objetivo maior de um projeto que vinha sendo traçado há mais de 50 anos quando seu pai, Hélio Gracie, e seu tio Carlos Gracie, iniciaram o domínio do cenário das artes marciais no Rio de Janeiro desafiando oponentes sem respeitar limites de peso, e já se utilizando da mídia disponível na época, e desenvolvendo relacionamentos.

Figura 20- Mitos do combate: Carlos, Hélio, Rickson e Royce Gracie



Fonte: Site Revista VIP Abril²⁰

²⁰ “Gracie o clã brasileiro que dobrou o mundo”, 14 out. 2008. Disponível em <http://vip.abril.com.br/esportes/gracie-o-cla-brasileiro-que-dobrou-o-mundo/>. Acesso em 24 jul. 2016.

O próprio Rorion Gracie, em entrevista ao *Globo*, em 2013, demonstrava consciência da diferença entre seu interesse – demonstrar a superioridade do Jiu-jítsu frente às demais artes marciais – e os interesses de seus sócios na época, que queriam estruturar e manter um negócio de lutas por TV paga por assinatura.

Como Rorion afirmaria no futuro, “isto já havia sido demonstrado”, chegando ao ponto de que na atualidade, é inconcebível um atleta de MMA que não se proponha a dedicar seriamente parte de seu tempo ao treinamento sério de Jiu-jítsu como técnica de combate em solo (no chão). E, muito provavelmente, a credibilidade será de alguma academia Gracie ou de um mestre formado pelos Gracie. “Gracie” se tornou uma marca.

Atualmente Rorion viaja pelo mundo como palestrante divulgando a “Dieta Gracie”. Em entrevista à revista *Veja*, em 19/08/2013, Renzo Gracie, o primo de Rorion Gracie, está estabelecido nos Estados Unidos desde 1997 e tem academias bem estruturadas, mais de 1.300 alunos, entre eles o ator Keanu Reeves, Guy Ritchie, ex-marido de Madonna, alguns dos melhores atletas de MMA, como os americanos Chris Brennan, Frank Edgar, Chris Weidman (o algoz de Anderson Silva), o canadense Georges St-Pierre, os brasileiros Rafael Natal e Marlon Moraes, e os primos da tradicional família Gracie: Roger, Gregor, Rolles, Igor e Clark.

Atualmente, seja no UFC, *Bellator* ou outra organização que promova eventos de artes marciais mistas, é inconcebível um atleta que não dedique parte significativa de seu treinamento ao Jiu-jítsu e, sendo assim, que não recorra, em algum momento, a alguma academia ou a um profissional, de alguma forma, ligado à família Gracie. A família Gracie tem as redes de academias como a Gracie Barra, Gracie Academy, Renzo Gracie Academy, com presença no Brasil, Estados Unidos, Europa e em outros países, e membros da família tem se destacado mundialmente.

É o resultado de um projeto bem executado, autossustentável, parte do espetáculo, que alimenta e é alimentado pelo próprio espetáculo. Quanto mais sucesso tiverem os eventos do UFC, mais o MMA se desenvolverá e a referência do Gracie Jiu-jítsu se consolida. Raras vezes, no entanto, no espetáculo midiático, pode-se assistir a um atleta demonstrar técnicas bem aplicadas de Jiu-jítsu, com beleza e arte, se este atleta não tem formação original de base de Jiu-jítsu. E toda uma indústria midiática cultural de massa (com ênfase) parece reforçar o que Debord alertou no capítulo “Comentários sobre a sociedade do espetáculo”:

O segredo generalizado mantém-se por trás do espetáculo, como o complemento decisivo daquilo que mostra e, se formos ao fundo das coisas, como sua mais importante operação.

O fato de já não ter contestação conferiu à mentira uma nova qualidade. Ao mesmo tempo, a verdade deixou de existir quase em toda parte, ou, no melhor caso, ficou reduzida a uma hipótese que nunca poderá ser demonstrada. A mentira sem contestação consumou o desaparecimento da opinião pública, que, de início, ficara incapaz de se fazer ouvir e, logo em seguida, de ao menos se formar. É evidente que isso traz importantes consequências para a política, as ciências aplicadas, a justiça e o conhecimento artístico (DEBORD, 1997, p. 176)

Não há conhecimento de uma arte marcial ou prática esportiva com a marca de uma família que tenha tido tamanho impacto. É inegável e inquestionável, no entanto, o mérito da família Gracie em haver construído com sucesso um sistema de ensino de um “esporte e técnica de combate” criado a partir do Jiu-jítsu japonês, uma arte marcial que lhes foi originalmente transmitida por Mitsuyo Maeda entre 1917 e 1920, segundo Awi (2012). O resultado do empenho dos Gracie permite o acesso a um número crescente de indivíduos no Brasil, Estados Unidos e Europa, principalmente, que praticam uma modalidade esportiva com regras, instrutores que seguem um padrão, associações com regulamentações claras, enfim, um grau de profissionalismo na prestação de serviços que faz do Jiu-jítsu uma das modalidades esportivas mais bem organizadas.

3.3.2 O “Canal Combate”

No primeiro capítulo foi apresentada pesquisa mostrando o crescimento vertiginoso da base de assinantes do “Canal Combate” entre 2005 e 2014, chegando a 2.965%. Somente entre janeiro de 2010 e dezembro de 2014, o aumento registrado foi de 694%, um período em que vários lutadores brasileiros do UFC conquistaram cinturões. Lembrando que mais da metade (53%) é um público jovem e qualificado, entre 18 e 34 anos, 77% deles fazendo parte das classes A e B. Esta faixa da sociedade de consumo representa um perfil gerador de riqueza e de receita elevada, é a própria essência da sociedade que tem capacidade e formação para produzir e participar integralmente do espetáculo em sua intensidade e formas. Estes números, quando lidos sob a perspectiva da sociedade do espetáculo de Debord (1997), parecem refletir a tese número 6:

Considerado em sua totalidade, o espetáculo é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Não é um suplemento do mundo real, uma decoração que lhe é acrescentada. É o âmago do irrealismo da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos – o espetáculo constitui o *modelo* atual da vida dominante na sociedade. É a afirmação onipresente da escolha *já feita* na produção, e o consumo que decorre dessa escolha. Forma e conteúdo do espetáculo são, de modo idêntico, a justificativa total de condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo também é a *presença permanente* dessa justificativa, como ocupação da maior parte do tempo vivido fora da produção moderna (DEBORD, 1997, p. 14,15)

Aquilo que informa Bernardo Édler, repórter do “Canal Combate” sobre a estrutura de produção da GloboSat atender aos canais “SporTV”, “GNT”, “Multishow”, entre outros, e ser dentro desta estrutura do “SporTV” que o “Canal Combate” e seus profissionais produzem os produtos midiáticos da grade de programação, lembra Debord: a estrutura corporativa disponível ser compartilhada entre todos os canais, cotas das ilhas de produção e edição, profissionais, saídas de equipe, enfim, uma estrutura matricial de produção que atende a diversos projetos, no sentido de otimizar os recursos humanos e materiais disponíveis.

Para levar os trabalhadores ao *status* de produtores e consumidores “livres” do tempo-mercadoria, a condição prévia foi a *expropriação violenta do tempo deles*. O retorno espetacular do tempo só se tornou possível a partir dessa primeira despossessão do produtor (DEBORD, 1997, p. 108).

O “Canal Combate” é um canal dedicado aos esportes de combate, inserido no negócio do Grupo Globo, com fins lucrativos e, muito provavelmente, o que sustentou e sustenta seu crescimento no período mencionado e no presente, foi e é o próprio crescimento do negócio UFC, embora não tenha sido possível obter informações oficiais que comprovassem os índices de audiência específicos para os eventos do UFC transmitidos ao vivo, as vendas avulsas de eventos e a audiência de outros eventos transmitidos pelo “Canal Combate” como ADCC (*Abu Dhabi Combat Club*), *The Ultimate Fighter* (TUF), *reality show* do UFC, “Shooto”, “Copa Podio de Jiu-jítsu”, entre outros. Em reportagem no *site* Combate, foi dado destaque às novas atrações e proposta de conteúdo para o assinante. Na mesma página desta reportagem é possível observar uma reclamação por qualidade de conteúdo, e a dependência com a programação do UFC.

É sabido que, pelo contrato com o UFC, o “Canal Combate” não pode transmitir os eventos de combates do *Bellator*, o evento competidor do UFC e cuja audiência tem superado

a de alguns eventos do UFC. Esta limitação coloca o “Canal Combate” em uma situação ainda mais delicada, uma vez que o canal “Esporte Interativo”, concorrente do “SporTV”, adquiriu os direitos exclusivos de transmissão dos eventos do *Bellator* no Brasil a partir de março de 2012 e, mais recentemente (desde janeiro de 2016), o “Esporte Interativo” já está disponível ao assinante pela Net, no canal HD 576, competindo com o “Canal Combate”, e também com o “SporTV” em outras modalidades.

Emissoras de TV – e rádio – são concessões públicas cuja principal finalidade (artigo 221, parágrafo primeiro da Constituição) é dar “preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas”. A realidade do “Canal Combate” parece ser a mesma de outros canais de transmissão de conteúdo esportivo em que há muitos interesses econômicos em jogo e os mecanismos de fiscalização parecem frágeis. Como um típico esporte da mídia, o “Canal Combate” demonstra ter similaridades com os meios de comunicação de massa caracterizadas por Betti (1998) como “esporte espetáculo”, se enquadrando na classificação de esporte da mídia: a “ênfase na falação esportiva”, a “monocultura esportiva”, a “sobrevalorização da forma em relação ao conteúdo”, a “superficialidade” e a “prevalência de interesses econômicos” (BETTI, 2002, p. 1-2).

3.3.3. “Revista Combate” e “Combate News”

Ambos são produtos midiáticos recentes e ainda jovens, conforme reportagem do *site* Combate.com intitulada “Combate lança atrações inéditas para sua programação no ano de 2016”.

O Combate agora passa a ter dois telejornais com produção própria nos estúdios da Globosat e transmissão ao vivo. São eles o “Revista Combate”, a revista eletrônica do canal sempre com a presença de convidados ilustres; e o “Combate News”, onde são analisadas as principais notícias do mundo das lutas. As atrações são transmitidas sempre às terças-feiras, 20h, e quintas-feiras, 20h, respectivamente (Site Combate.com, 2016).

De acordo com entrevista com Bernardo Édler, repórter do “Canal Combate”, os dois programas têm propostas com relativa similaridade. O “Revista Combate”, um programa de uma hora com um intervalo, e o “Combate News”, que é um programa de trinta minutos com um intervalo. O “Revista Combate” tem foco nos eventos principais que acabaram de acontecer,

em geral nos sábados anteriores, e repercute na terça. Os convidados geralmente são atletas, personalidades da mídia, indivíduos que estão envolvidas diretamente com o cenário do MMA, seja como atleta, treinador, ou como um fã ilustre.

O crescimento do “Canal Combate”, segundo Édler atualmente com cerca de 500 mil assinantes, levou a uma mudança do perfil do assinante, que já não é mais um espectador de nicho. E este número de assinantes sempre varia de acordo com a qualidade dos eventos. Uma preocupação da equipe de produção do “Canal Combate” ao criar o “Revista Combate” e o “Combate News” é manter o contato, captar o interesse e garantir a audiência do espectador que é de nicho, mas também falar com esse público novo. Neste sentido, o “Revista Combate” é o programa que vai trazer personalidades midiáticas do esporte como Warley Alves e Shogun (atletas), Dedé Pederneiras (treinador de José Aldo), e também personalidades midiáticas como Lucas Lima, Dudu Nobre, Diogo Nogueira, entre outros. Sendo um programa com uma hora de duração, o “Revista Combate” é mais aberto e há tempo de analisar, de projetar, de debater, sendo uma proposta de entrar mais no mérito esportivo. E o “Combate News” que é um programa relativamente mais novo, tem a proposta diferente, de sempre trazer pessoas da mídia para debater as notícias que não puderam entrar no “Revista Combate” .

A edição do “Revista Combate” é mais demorada e demanda mais esforço do que o “Combate News”. Este último é um programa mais curto, com menos VT, sendo praticamente ao vivo, e que conta com duas ilhas (produção), então acaba que a produção do “Combate News” é feita quase toda na quinta-feira. Normalmente, inicia-se na quarta, mas é comum surgir algo que “estoura” e entra em pauta. É uma produção em que há um maior controle por parte da produção.

São dois programas que a equipe do “Canal Combate” está experimentando, e parece estar procurando deixar clara a diferença entre as duas linhas editoriais, mas o formato de ambos é muito parecido, como Bernardo Édler reconhece.

Os dois programas têm formatos similares a outros programas da televisão estadunidense como o “*UFC Tonight*”, da Fox Sports, com foco na “ênfase na falação esportiva”, a predominância da “sobrevvalorização da forma em relação ao conteúdo”, a “superficialidade” e a “prevalência de interesses econômicos”. São dois programas que representam uma iniciativa de produção de conteúdo nacional diante de um volume de transmissão diário majoritário de reprodução de material importado, de qualidade questionável:

eventos repetidos, eventos nacionais com pouca visibilidade, material datado. Desta forma, o “Canal Combate” procura também fazer frente às suas limitações contratuais por estar preso ao conteúdo do UFC e ter restrições de criar conteúdo próprio, como por exemplo, eventos de combate. O que impediria o “Canal Combate” de criar seu próprio *Reality Show* a exemplo do *Big Brother Brasil*? O UFC tem em sua grade um programa semelhante: “The Ultimate Fighter”.

O “Canal Combate” é um canal de nicho com seus desafios externos, por estar preso a um parceiro que é o UFC e que também representa sua grande oportunidade. No momento, a parceria com a Rede Globo parece seguir bem, pois o contrato segue até 2018, conforme reportagem do site R7.com.

3.3.4 Consumo versus Consumismo

Na primeira metade do século 20, até início dos anos 1950, no Rio de Janeiro, os irmãos Carlos e Hélio Gracie já haviam se encarregado de marcar o território com seus desafios, como em 6/9/1951, no Maracanã, com cerca de 40 mil espectadores assistindo ao combate entre Hélio Gracie e Jukio Kato, número 3 do ranking do Judô Japonês (AWI, 2012, p. 29-31). Então, os Gracie lançavam as bases para o que consideravam ser a técnica mais eficaz de defesa pessoal, a forma como o mais fraco poderia vencer o mais forte, segundo o próprio Hélio Gracie repetiria até o fim de sua vida. Os Gracie falavam então do Jiu-jítsu japonês e do Jiu-jítsu desenvolvido por eles próprios, duas modalidades de consumo. Bauman, disse sobre isto, que qualquer modalidade de consumo considerada típica de um período da história humana pode ser apresentada sem muito esforço como uma versão ligeiramente modificada de modalidades anteriores (BAUMAN, 2007, p. 37).

No entanto, o que procuram, atualmente, os praticantes de Jiu-jítsu, de MMA e de outras artes marciais “da moda”? Partindo desta primeira reflexão de Bauman sobre o consumo, cabe acompanharmos o autor sobre o momento histórico em que o consumo passou ao “consumismo”, e consumir passou a ser essencial, quase que um propósito na vida da maioria das pessoas, e quando nossa capacidade de “querer”, “desejar”, “ansiar por” e particularmente de experimentar tais emoções repetidas vezes de fato passou a sustentar a economia do convívio humano (BAUMAN, 2007, p. 38-39).

Bauman (2000) nos conduz a pensar o consumo como sendo um definidor da identidade e no âmbito da instantaneidade líquida, da imediatez, vem o descarte. A produção do lixo é a constante da modernidade líquida, seja na produção do lixo material, o produto mais abundante da nossa sociedade, aquele em que somos mais eficazes, ou no sentimento pessoal do medo de tornar-se lixo, de ver-se jogado ao esquecimento, enquanto profundamente envolvido com a inevitável preocupação consumidora pela busca de um equilíbrio no trabalho. Voltando, portanto, à questão dos fatores motivadores que levam o indivíduo à busca pelo consumo do MMA e outras artes marciais, entre elas o Jiu-jítsu, na forma de produto midiaticizado.

Figura 21 - O fenômeno de mídia e artes marciais Bruce Lee.



Fonte: The Biography.com website²¹

Bruce Lee (figura 21), fenômeno midiático dos anos 1970 levou multidões ao cinema com seus filmes: A Fúria do Dragão (*Fist of Fury*) (1972), O Voo do Dragão (*The Way of the Dragon*) (1972), Jogo da Morte (*The Game of Death*) (1972), Operação Dragão (*Enter the Dragon*) (1973). A série Kung Fu (1972-1975), estrelada por David Carradine, contribuiu para consolidar a conscientização da cultura popular ocidental sobre o Kung Fu, o que levou a uma explosão de escolas de Kung Fu e Karatê na época (BOWMAN, 2010, p. 3).

O consumo se tornou parte central da vida da maioria dos indivíduos. Eventos de artes marciais mistas do UFC lançam um número sem fim de imagens de atletas-produtos-mercadorias em diversos tamanhos, cores, musculaturas, cortes de cabelo, especialidades em

²¹ *Bruce Lee Biography*, A&E Television Networks. 27 nov. 2015. Disponível em <<http://www.biography.com/people/bruce-lee-9542095>>. Acesso em 24 jul. 2016.

modalidades de artes marciais, já disponíveis na versão mais recente dos *videogames Xbox e PlayStation*. Uma overdose de informações em plataformas multimídias *Always on*. O indivíduo, em seu constante processo de individuação, está exposto às forças dos arquétipos, de um inconsciente coletivo conforme Jung (1996). Além da força midiática da imagem do atleta representando a imagem da jornada do herói por uma perspectiva já apresentada por Campbell (2007), a indústria cultural midiática, conhecendo bem esta dinâmica, explora o processo de construção de identidade pelo consumo “consumista” (BAUMAN, 2007, p. 38-39). A sociedade de consumidores é, provavelmente, a única na história humana a prometer a felicidade aqui, agora e a cada “agora sucessivo”, evitando justificar ou legitimar qualquer espécie de infelicidade (BAUMAN, 2007, p. 60).

A diferença entre o Mr. Moto de Peter Lorre, nos anos 1930, e a trilogia de Jason Bourne, setenta anos mais tarde, encontra-se especialmente no volume excessivo de imagens, uma evidência, na indústria midiática de artes marciais, da argumentação de Debord, de que há uma articulação entre o processo de acúmulo de capital e o processo de acúmulo de imagens: “O espetáculo é o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem” (DEBORD, 1997, p. 25). O mesmo ocorreu entre o UFC 1 de 1993 e a atualidade do UFC 200 em 09/07/2016, com o crescimento do espetáculo midiático das artes marciais, crescente mercantilização e apropriação culturais, contribuindo para a sinergia com os espetáculos de arena como o UFC e todo o mercado de produtos e serviços relacionados.

Bowman (2010) em seu artigo “The Globalization of Martial Arts”, referindo-se a Krug (2001, p. 399) reforça que o movimento de trazer o conhecimento das artes marciais orientais para o ocidente começou com a presença militar e eventos geopolíticos ao longo do século 20. À medida que militares americanos tinham contato com aspectos da cultura oriental japonesa, chinesa, tailandesa, filipina, entre outras, e a absorvia por seus filtros, como por exemplo, uma forma de compreensão cartesiana com metodologia de produção fordista, escolas de Karatê, Kung Fu e outras artes marciais eram abertas nos Estados Unidos. Uma apropriação da forma que era possível, com o objetivo predominante de segurança e esporte, pouco levando em conta, na maioria das vezes os demais aspectos da cultura local original da arte marcial. Artes marciais como o Karatê e o Kung Fu foram ligadas as narrativas de espiritualismo e misticismo oriental construídas neste processo de apropriação.

Bowman ainda reforça que as representações espetaculares e improváveis de artes marciais e atletismos geraram, a partir dos anos 1960, a imagem da relação entre as artes

marciais e as artes marciais no cinema, potencializando, desta forma, o surgimento de outros estilos propícios ao espetáculo, como a Capoeira e o Taekwondo. No entendimento do autor, o surgimento de espetáculos com realismo como o UFC foi uma forma de reação ao que o cinema de Hollywood vinha demonstrando ao longo dos anos (BOWMAN, 2010, p. 8,9).

3.3.5. Corpo, Imagem, Perdas

A questão do impacto causado pelo excesso de imagens é muito bem expressa por Kamper, quando ele afirma, por meio de Baitello (2014, p. 61), que “toda hipertrofia gera uma distrofia compensatória. Quanto mais imagens, menos visibilidade...” e em seguida, complementa com o aspecto da perda do presente: “...tantos tempos presentes se apresentam em um curto tempo, sem que cada um deles tenha a oportunidade de se tornar ato, apenas remetendo para o outro”. Baitello em diálogo com a obra de Kamper, ao partir de dois aspectos fundamentais que são a perda do presente e a perda da propriocepção, causados pelo excesso de imagens, mostra que o indivíduo é levado à perda do contato com o seu corpo.

A programação do UFC, com um número cada vez maior de eventos, com 636 atletas contratados, com praticamente um evento semanal, imagens de entrevistas coletivas, pesagens de atletas, conteúdo disponível no “Canal Combate”, e ainda considerando as mídias sociais, representam o excesso de imagens que leva a “menos visibilidade”, refletindo uma reflexão de Baitello ao dizer que a produção massiva de imagens dirige-se aos nossos olhos, que progressivamente se transformam em receptores de superfícies planas e que, por “(...) medo da morte, o homem produziu imagens. E as imagens produzidas para afastar e esquecer a morte acabaram por trazê-la para mais perto e por antecipá-la, acabaram por trazer sua materialidade vazia, a máscara de cera de uma imago” (BAITELLO, 2014, p. 66).

“Atletas-produtos-imagens-pessoas-mercadorias-midiáticas” são exemplos a serem seguidos. Atletas como produtos-imagem, constantemente sob pressão midiática, com performance exposta para comparação e escolha do consumidor, os corpos passam por processos de transformação, conforme Baitello (2014, p. 79-89):

- corpo-máquina: narcisismo do encantamento e adoração pela perfeição apolínea dos corpos dos atletas, mas que nada aprende com o tempo, apenas se desgasta, torna-se mais lento e menos funcional;
- corpo-química: imagens que considerem o metabolismo, genética, trocas bioquímicas, agentes químicos, que se integram ao corpo-máquina para performance, levando a escândalos de *dopping*;
- corpo-bomba: corpos que carregam bombas com outros impactos, em nomes de deuses midiáticos do consumo: trabalho, esporte, moda, mercado, economia, entre outros.

Todas as formas de corpos são formas de consumir e se adaptar ao consumo em sociedade. Bauman reflete que a “sociedade de consumidores”, em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, e rejeita todas as opções culturais alternativas. Segundo o autor, é uma sociedade em que se adaptar aos preceitos da cultura de consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos, a única escolha aprovada de maneira incondicional: uma escolha viável e, portanto, plausível – e uma condição de afiliação (BAUMAN, 2007, p. 71).

3.4 A midiaticização, o espetáculo e a compreensão

As competições do UFC envolvem o público em uma narrativa mítica espetacular com um arauto anunciando os guerreiros, suas histórias, de onde vêm, seu cartel de lutas, guiando o público durante o transcorrer do evento e, ao final, um possível vencedor. Este eixo ordena uma cadeia de consumo em escala: entrevistas, pesagem, declarações polêmicas, vídeos no Youtube, lutas por *pay-per-view*, produtos como camisetas, suplementos esportivos, patrocinadores (a exclusiva *Reebok*), *reality shows* e uniformes de treino, entre outros.

Os eventos mais recentes já são da escala de milhões de espectadores por *pay-per-view*, e a organização UFC afirma que tem promovido mundialmente mais de 40 eventos oficiais por ano, ao vivo, disponíveis a 800 milhões de lares, em 28 idiomas, além de produtos como o *reality show* “The Ultimate Fighter”, canais na web (UFC TV, Facebook), mais de 100 ginásios licenciados, programas de nutrição, exposições, o “UFC Spectacle Way of Life”. Algo se fixa e permanece - o nome UFC – mas as imagens podem se suceder e se referir umas às outras, se deslocando continuamente para atender pressões da concorrência, mudanças de gosto, estilo,

necessidade de inovação, lembrando bem uma cadeia metonímica que não para (FONTENELLE, 2002, p. 286).

Fontenelle ainda aponta para a submissão clara da cultura ao reino mercantil, o narcisismo, e a cultura do descartável. Em contrapartida, a realidade complexa do mundo espetacular das artes marciais mistas, do UFC, dos produtos midiáticos da indústria cultural, procurando uma visão compreensiva.

3.4.1 A Nova Fase da Sociedade do Espetáculo

Najar Tubino, em texto intitulado “A Nova Fase da Sociedade do Espetáculo”, no *site* CartaMaior.com.br, em diálogo com autores como Nicholas Carr, Fritjof Capra, Valdemar Setzer e o pesquisador Weligton Rodrigues da Paz, alimenta-se destas diversas fontes, especialmente de Rodriguez da Paz, para em seguida, tecer sua consideração pessoal:

O espetáculo é a fase extrema do processo de alienação, presente na totalidade do mundo capitalista, na produção e consumo, política, cultura e lazer. Antes mesmo, está presente nas relações sociais e na relação do indivíduo consigo mesmo e com sua vida e, portanto, na sua identidade. O espetáculo impõe uma falsa realidade, uma redução da vida humana e social à simples aparência, com a mediação dos meios de comunicação, servindo como mediadores indispensáveis à ordem social, fundada no afastamento, na separação, que refletem na constante insatisfação de desejos. O que transmitem são “ordens” que serão analisadas e defendidas pelos mesmos que as produzem.

Este trecho remete a Bauman (2007, p. 71) quando este reflete sobre a “sociedade de consumidores” e a “condição de afiliação”.

A tese de doutorado do pesquisador Weligton Rodrigues da Paz chega a considerações sobre a sociedade do espetáculo de Debord, a formação humana, mercado tecnologia e cultura. O pesquisador considera que Debord, em sua concepção, revela como essa formação social produz e acentua a sujeição dos homens pelas coisas, mercadorias e imagens, reduzindo os indivíduos à condição de espectadores passivos, limitados à contemplação impotente da sociedade, da história, da economia e do movimento geral do mundo por eles mesmos criados,

além de reafirmar a natureza essencialmente excludente e alienada da vida sob essa sociedade (PAZ, 2011, p. 11).

Paz vai ainda mais fundo quando tece que a ordem social espetacular e mercantil tem uma dinâmica, cuja totalidade compreende um conjunto de fenômenos e momentos particulares, cada um com uma certa maneira de consumir e produzir. O poder está com as coisas e o valor abstrato da troca, e o que estas representam em termo de valor legitimado pela maioria da sociedade, e que garante a adesão do indivíduo a esta sociedade, ao mundo que oprime.

E é ainda no *site* CartaMaior.com.br, em trecho do pesquisador Weligton Paz, em que ele se refere ao capítulo “Comentários sobre a sociedade do espetáculo” (DEBORD, 1997), que o entendimento da complexidade do espetáculo pode e deve ser observado e pensado, ao destacar que

a mercadoria já não pode ser criticada por ninguém, nem como sistema geral, nem mesmo como esses trastes que os chefes de empresa acharam conveniente colocar por enquanto no mercado. Em toda a parte onde reina o espetáculo, as únicas forças organizadas são as que querem o espetáculo. [...] Liquidaram com a inquietante concepção, que predominara por mais de duzentos anos, segundo a qual uma sociedade podia ser criticada e transformada, reformada ou revolucionada. E isto não foi obtido pelo aparecimento de argumentos novos, mas apenas porque os argumentos se tornaram inúteis. Por esse resultado é possível medir, mais que a felicidade geral, a força terrível das redes da tirania (1997, p. 183).

A atitude compreensiva, fazendo um contraponto, parece estar na abordagem que repensa certezas, os processos de questionamentos, e o que a própria mídia costuma ditar como discursos politicamente corretos.

Os contratos monopolistas entre organizações como o UFC, seus atletas e empresas de televisão como a GloboSat, os papéis que são representados em nome de jogos de manipulação para gerar audiência, a própria manipulação do desejo do espectador em todas as plataformas midiáticas em nome do mercado é um fato, a dinâmica é conhecida. O jogo e negócio de criação de atletas-combatentes-artistas-personagens, como Ronda Rousey, liderando uma nova geração que procurará fazer do MMA uma profissão, e daí para o cinema.

Lutar “contra” esta dinâmica do espetáculo, da indústria cultural, propondo discursos anti-capitalistas prontos, de criação do próprio espetáculo, tem se mostrado tão eficaz quanto

este pesquisador se propor a desafiar qualquer atleta do UFC. Também não seria compreensivo este pesquisador se propor, agora aos 47 anos, dedicar-se a um treinamento extenuante, uma alimentação especial, característica de super atletas de alta performance, conduzir um preparo que lhe custaria tempo, energia e dinheiro e, certamente, o fracasso. A filosofia “se não pode com eles, junte-se a eles” não é a proposta compreensiva. A questão é “complexa”, requer multiperspectividade.

3.4.2 Morin e a complexidade

Bruce Lee procurava explorar aspectos de múltiplas artes marciais, não se atendo a uma única forma ou formato, usando ele mesmo a metáfora da água no sentido que lhe era conveniente e apropriado para mostrar as diversas possibilidades de um “encontro marcial”. Ele próprio fez incursões no Aikidô, uma arte marcial com proposta não competitiva.

Uma maneira de entender uma arte marcial implicaria, em uma interpretação mais alinhada ao pensamento complexo, que não exclui a visão cartesiana. Como utilizar o seu próprio corpo para construir um novo movimento preparando-se para elaborar uma nova estratégia no sentido de produzir algo novo, levando à anulação da intenção original daquele que trouxe o impulso de ataque. Este entendimento é largamente difundido na comunidade como sendo parte do princípio de artes marciais como o Judô, Aikidô, Kung-fu, entre outras.

O entendimento que o Aikidô tem de uma situação de potencial conflito pode ser ampliado. Não contradiz a visão convencional do que se pode enxergar como um conflito físico entre dois indivíduos. No entanto, há espaço para uma interpretação pela via do pensamento complexo. Dizer “agressor” não seria uma abordagem reducionista? Aquele que traz uma energia tem consciência do “valor” da intenção de sua energia? Sabe ele conscientemente se essa energia será sempre um ataque? Tem ele, ao menos a respeito de si próprio, a consciência de que tem alguma intenção?

O combate pode envolver técnicas e pode ocorrer com mãos livres ou com armas: bastão, espada, faca, uma atitude ou postura corporal, ou tom de voz ameaçadores, ou que invadam o espaço individual do outro. O campo de batalha, em geral, é um tatame, mas também pode ser uma rua escura, um bar, uma sala de reuniões de executivos, em um grupo de discussão

de uma sala de redes sociais como o “Facebook”. O combate transcende o território no espaço e no tempo.

Nas artes marciais, há regras claras e um código de ética e conduta. O MMA não é uma arte marcial, pois não traz um aspecto filosófico, ético, moral, um código de honra como, mesmo empiricamente, percebe-se que uma arte marcial carrega consigo. O MMA foi criado para ser um esporte produto midiático a partir de técnicas de combate extraídas de artes marciais e esportes de combate. Mesmo no tão criticado MMA, há *rounds* com tempos bem definidos, os competidores concordam com as regras, há um juiz mediador, o resultado final é raramente questionado. Há um método, um código.

As artes marciais possuem, em maior ou menor grau, seu patrimônio mítico próprio, carregam um legado que descreve sua criação, muitas vezes maculada por um tom místico. Há um eixo comum na existência de arquétipos relacionados à criação, superação, heroísmo, honra, comunidade, sacrifício, futuro, um chamado à religião, entendida essa em seu sentido original de “religare”. Como aponta Bowman (2010, p. 8-9), ao serem trazidas para o Ocidente durante o século 20, perdeu-se parte do aspecto cultural de cada arte marcial pela apropriação de cada indivíduo com seus interesses e fins (segurança e esporte) e a ocidentalização do Oriente contribuiu, como destaca Bowman no mesmo texto, para levar de volta a nova cultura de arte marcial já como um produto midiático, com foco no esporte e cinema, principalmente.

O combate é um espetáculo desde os primórdios, principalmente quando se tem em conta o aspecto das práticas ritualísticas (novamente, “religare”). No UFC original, o objetivo era a comparação entre artistas marciais, cada um representando sua arte e colocando à prova sua habilidade em um espetáculo que poderia dizer também circense e comercial. No entanto, não havia ali algo de circense? A história de cada lutador, sua vida pessoal, a construção de sua jornada de herói. Aqui, é possível enxergar o aspecto do pensamento complexo em que o lado mitológico do ser humano é valorizado e respeitado, preservado.

A visão de ação no pensamento complexo de Morin traz ao conceito de estratégia, colocando de forma aberta a proposta de o acaso não sendo visto como algo negativo, mas como oportunidade e chance que se deve aproveitar. A boa estratégia deve se utilizar do erro e do vazio proporcionado pelo outro, pelo adversário.

A essência das artes marciais, por mais que alguns setores da mídia e da sociedade civil mantenham seu foco na superficialidade líquida do espetáculo que vende o lado aparentemente

sanguinário do MMA de arena, demonstra um ritual entre os combatentes. Há no artista marcial uma essência mítica de um indivíduo que remonta a um tempo primordial. O combate é um jogo, seja ele no MMA, ou nas artes marciais modernas ou ditas tradicionais, pois há regras, é antes de tudo o artista consigo mesmo e com suas questões. Pensando complexamente, o dito oponente é um mediador para que o “Eu” encare suas questões e aperfeiçoe a prática no dia-a-dia. Sim, esta técnica, quando necessária, pode ser usada numa postura corporal, num tom de voz, numa frase bem colocada, na respiração bem equilibrada, no carro bem dirigido no trânsito.

Por outra perspectiva, em *Cultura de Massa no Século XX: neurose* (1984), Morin trata do mundo dos "olimpianos", ou daquilo que os estudos de mídia e espetáculo chamam com frequência de "celebridades". A celebridade, no sentido midiático, se parece muito com tudo quanto Bauman (2007) fala da sociedade líquida, do consumo, da leveza, da descartabilidade. A presença de celebridades é uma forma de vincular o espectador e também de promover a própria celebridade, dando-lhe visibilidade. Destacando que o “olimpiano”, segundo Morin (1984) busca a fama, ao contrário do “herói”, que, na visão de Campbell (2007), busca resgatar a humanidade à deriva.

3.4.3 Douglas Kellner e a multiperspectividade

Debord enxerga o espetáculo em uma perspectiva politizada e alienante: quanto mais o espectador contempla o objeto contemplado, menos ele vive, menos compreende sua existência e seu desejo (DEBORD, 1997, p. 24).

Bauman (2007) talvez seja um autor que, muitas vezes tido como pessimista, ouvido com mais atenção, é um pensador realista. Em sua abordagem ensaística para tratar do tema ligado ao consumo na modernidade líquida, a transformação de produtores em consumidores, o autor parece aqui mostrar indícios de um pensamento em multiperspectividade, apesar de sua forte relação com Freud:

Se a revolução consumista líquido-moderna tornou as pessoas mais ou menos felizes do que, digamos, aquelas que passaram suas vidas na sociedade sólido-moderna dos produtores, ou na era pré-moderna, é uma questão tão controversa (e, em última instância, conflituosa) quanto possível, e muito provavelmente continuará assim para sempre. Seja qual for a avaliação, só parecerá convincente no contexto das preferências específicas dos *avaliadores*, e dos limites de sua imaginação (BAUMAN, 2007, p. 59).

Kellner traz, por sua vez, o conceito de visão multiperspectivística, em que se faz a utilização de “uma ampla gama de estratégias textuais e críticas para interpretar, criticar e desconstruir as produções culturais em exame” (KELNNER, 2001, p. 129). O conceito de multiperspectividade, utilizado por Kellner em sua obra foi fortemente influenciado pelas ideias de Nietzsche (perspectivismo), mas o autor entendeu também que a vida cotidiana seria permeada por diferentes níveis de espetáculo. O espetáculo é mesmo descrito pelo autor como “um dos princípios organizacionais da economia, da política, da sociedade e da vida cotidiana” (2007, p.5), como, por exemplo, no comércio, na política, no terrorismo, na arquitetura, na moda, nos esportes.

O UFC é uma organização privada, com fins lucrativos, não se deve esquecer disto, e tem sua própria agenda. Certamente mudou seu formato midiático desde 1993 quando foi criado e se adequou com a tecnologia disponível para se tornar um verdadeiro produto midiático que tem se estabelecido de forma cada vez mais atrativa ao telespectador. As definições de quais lutas ocorrerão em cada evento são definidas pela própria organização UFC, certamente voltadas por motivações de audiência, e não há uma regra que obrigue o UFC a definir este ou aquele atleta para determinado evento. As características mencionadas por Betti (2002) como a “falação esportiva” são percebidas quase que na totalidade da programação disponível, de forma similar ao que se vê no futebol, bastando para isto ligar a televisão no “Canal Combate” e capturar alguns clichês como “de uma fazenda no estado de Dakota do Sul para os tatames do UFC”, ou mesmo “Uma lesão grave, ninguém no mundo inteiro esperava” e o famoso bordão “Calce suas luvas e vista seu protetor bucal!”, que certamente focam nas emoções dos telespectadores.

Uma segunda organização, *Bellator*, do latim “guerreiro”, criada em 2013, pertencente ao grupo Viacom e baseada na Califórnia, tem competido com o UFC na elaboração e divulgação dos torneios de MMA espetacularizados, lembrando que as regras do MMA atualmente já são consolidadas pelas comissões atléticas dos estados americanos. O *site* da empresa afirma que a programação chega a mais de 500 milhões de residências em mais de 140 países. No Brasil, os direitos de transmissão do *Bellator* são exclusiva do “Canal Esporte Interativo”, uma empresa originalmente brasileira, adquirida pela Turner Broadcasting System Latin America Inc., dedicada à produção de conteúdo esportivo multiplataforma.

No UFC, observa-se claramente que o uso da tecnologia, o posicionamento de câmeras no nível do tatame, os eventos de pesagem, as entrevistas com os atletas antes dos eventos principais, e os demais negócios criados pelo UFC (UFC.com, UFC Fight Night, UFC FAN Expo, UFC branded apparel) assumem-se como parte da ampliação do espetáculo com vistas ao consumo, pessoas se transformando em mercadoria conforme Bauman (2007). No entanto, há que enxergar, de forma compreensiva, que a construção da identidade individual passa por experimentar ter referências, com erros e acertos.

É válido, no entanto, observar aspectos históricos quando a mídia faz a analogia do atual atleta de MMA com a figura do antigo gladiador romano. Em artigo da revista *Galileu*, é destacado que os gladiadores eram escravos, prisioneiros de guerra condenados à morte ou criminosos, o que, de certa forma, já mostra uma incoerência com o valor dado às artes marciais na atualidade. Fazendo uma analogia com os samurais do Japão, por exemplo, estes, sim, eram guerreiros com status privilegiado, como comentado no capítulo sobre o Aikidô por Saotome (1989).

Haveria também por onde questionar as afirmativas das mesmas estatísticas apresentadas anteriormente sobre o crescimento de audiência do “Canal Combate”, sobre o crescimento do UFC como organização que lidera o MMA como prática esportiva. A toda informação cabe um novo questionamento, e este ciclo não se encerra, permanecendo, assim, num “combate inconclusivo” que pouco contribui para a comunidade.

Neste sentido, Kellner argumenta muito bem por uma busca de uma visão de múltiplas perspectivas em favor de uma visão compreensiva quando, em 2004, afirmou que enxergava que o mundo entrava numa nova cultura do espetáculo, uma nova configuração da economia, sociedade, política e vida cotidiana, com novas formas de cultura e de relações sociais e novos modelos de experiência. Como consequência, Kellner já destacava que esse contexto levaria a uma nova cultura do espetáculo, com o surgimento de diversos espetáculos, de megaespetáculos e de espetáculos interativos.

Isso é evidente nos EUA, neste novo milênio, e pode muito bem constituir novas formas de cultura global. A teoria social crítica, dessa forma, se depara com novos desafios no mapeamento teórico e na análise dessas novas formas de cultura e de sociedade e de que forma elas devem conter novas formas de dominação e de opressão bem como a potencialidade para a democratização e a justiça social (DEBORD, 2004, p.14).

Há diversos fatores em uma realidade cada vez mais complexa que não pode ser compreendida com conceitos fechados, assumindo conclusões definitivas, certezas, verdades absolutas. Como exposto, há potenciais questionamentos sólidos a que o próprio espetáculo deve ser exposto, porém vistos em perspectivas combinadas.

3.4.4 Campbell, Vogler, e o mito: o fundamento básico de todas as histórias

Há que voltar a estudar mitologia desde a infância. Há que contar e ouvir histórias e “estórias” e estimular o processo criativo a partir de autores como Campbell (2007). Mesmo com o estímulo ao conhecimento da mitologia greco-romana, criada pelo homem, o estímulo do conhecimento da arte marcial pelo teatro, pela dança, o estímulo à competição saudável e não-violenta, e integrada ao estudo da comunicação.

Há que estimular projetos como site EnsinarHistoriaJoelza.com.br, da Professora Joelza Ester Domingues que dedica uma página sobre “Quem precisa de Mitologia hoje?” trabalhando autores como Joseph Campbell e Mircea Eliade, falando sobre a presença dos rituais na nossa sociedade e sua relação com os mitos, sobre a Antropologia, a História e a Psicanálise. Domingues destaca ainda, no seu *blog*, a importância dos mitos na sala de aula, ao trabalhar com a imaginação e sentimento dos alunos:

O aluno deixa-se levar pela narrativa e a desenha mentalmente estimulando sua imaginação e criatividade. Ao mesmo tempo, emociona-se com os episódios percebendo intuitivamente o valor simbólico das metáforas e – talvez seja o mais importante – reconhecendo, nas figuras das mitologias, contradições, tal qual o ser humano.

O cartesianismo – ao invés do método cartesiano – parece ter amputado a importância da reflexão, do ensino da História, Filosofia, das Humanidades ao mutilar o Conhecimento, valorizando quase que exclusivamente, ao longo dos últimos séculos, as ciências que contribuiriam diretamente para o processo produtivo, e, em consequência, também – e, sobretudo nesta nova fase do desenvolvimento do sistema produtivo – as tecnologias. O digital assume nesse contexto uma importância ímpar.

Christopher Vogler, ao criar a obra-roteiro *A jornada do escritor: estruturas míticas para escritores* (2006), certamente havia tido acesso aos estudos sobre o inconsciente coletivo de Jung (1996). Na leitura de Vogler (2006), seguindo a mesma linha de pensamento de Jung

(1996), arquétipos podem ser definidos por "padrões de personalidade que são uma herança compartilhada por toda a raça humana": tipos de personalidades comuns nos contos mitológicos antigos, ou na herança mitológica que chegou até nós, como o Herói, Vilão, Arauto, Mentor, entre outros. Cada um com uma função decisiva na história, um papel específico, fundamental para gerar conflitos e reviravoltas, trazendo uma energia própria, necessária à jornada. Segundo Vogler (2006), apropriando-se de um termo junguiano, se entende como o lugar na mente humana de onde brotam esses arquétipos, que, segundo o autor, são impressionantemente constantes através dos tempos e das mais variadas culturas, nos sonhos e nas personalidades dos indivíduos, assim como na imaginação mítica do mundo inteiro (VOGLER, 2006, p. 48).

Ao escrever sua obra, de mais fácil leitura que os estudos de Campbell, com referências a produtos midiáticos como "Star Wars" e "Pulp Fiction", Vogler teve uma contribuição compreensiva ao democratizar o conhecimento sobre a jornada do herói, em uma perspectiva como Walter Benjamin se referiu à democratização da cultura.

O UFC, com eventos praticamente semanais, e com 636 atletas contratados, um produto midiático cuja qualidade tem se tornado questionável do ponto de vista estético e de combatividade, é um negócio para organizações como o UFC. Este suposto excesso, na linha do pensamento benjaminiano sobre o seu tempo, significaria a reprodução das imagens quebrando a aura do objeto único, passando à mídia secundária (conforme Harry Pross) com imagens copiadas, repetidas e idênticas. Inaugura-se a transitoriedade, e abre-se o vazio, e o déficit emocional deste vazio abre espaço para novas imagens, em ciclos e ciclos cada vez mais acelerados, levando à "multiplicação exarcebada", uma tentativa de controle pelo descontrole.

No entanto, esta também é uma forma possível de democratizar o conhecimento desse esporte, e viabilizar que, de posse deste conhecimento, indivíduos tenham o estímulo para buscar novos saberes de novas artes marciais ou novas artes do corpo, numa visão, ainda perseguindo as intuições de Benjamin (2012), intermediada pela cultura de massa, ou Indústria Cultural, independente da ideologia, do mercado ou da mercadoria. Benjamin, de acordo com Baitello (2014, p. 19-21), entendia que a politização da estética - em oposição à estetização da política - levaria à democratização da cultura através da crescente "distributividade e acessibilidade universais do conhecimento". Sim, as imagens corporificam, mais ou menos intensamente, a relação viva entre o homem e suas referências.

Cremilda Medina (1988), ao trazer o belga Jean Lohisse com o conceito de “comunicação anônima”, mostra como este estudioso compreende uma outra perspectiva da cultura de massa. A contribuição de Lohisse se transforma de descrição pura e simples do fenômeno em compreensão de seu papel histórico na reabilitação da mensagem-consumo da cultura de massa (MEDINA, 1988, p. 39).

Lohisse (1969) se interessou por reexaminar o conceito de “massa” a partir dos princípios teóricos até então aplicados, entendendo, em sua perspectiva, que “massa” na contemporaneidade, nasce do contexto de uma sociedade pós-industrialização, situada em relação a público, os conceitos de social e coletivo, público e multidão. O indivíduo tem consciência tanto de sua posição isolada como “um”, como também como estando integrado com a massa. A “mensagem-consumo” midiática, mesmo em excesso, passando pelo filtro do indivíduo ou do grupo, pode dar origem a novas ideias, projetos com sentido.

Segundo Cremilda Medina (1988), Lohisse conceitua “comunicação anônima” como sendo a tendência marcante da comunicação de massa em desenvolver as mensagens principalmente no que cada indivíduo tem a ver com outros, e não no universo pessoal de cada um. E no processo de comunicação anônima, Lohisse enxerga três forças agentes: os “lidertipos”, os “osmotipos” e os “arquétipos”.

Os “lidertipos” estão relacionados ao poder dos grandes monopólios, centros tecnologicamente mais equipados, países centrais e preponderantes. Como exemplo, está a força da mensagem da cultura de massa midiática estadunidense, como da própria cultura que gerou as artes marciais mistas.

Os “osmotipos”, por sua vez, mostram contextos, uma relação cultural de grupos, cultura e sociedades particulares, convergências de valores, ritos, símbolos, formas, interpretações, estilos e conteúdos. São os “lidertipos” dialogando com as realidades locais, como, por exemplo, a cultura de massa midiática estadunidense sendo lida pelo filtro de cada sociedade que atinge, como os torneios locais de artes marciais mistas no Brasil como o *Jungle Fight*, procurando adaptar-se à realidade brasileira.

Os “arquétipos”, por fim, estão relacionados a fatores sociogenéticos, biogenéticos e, como enfatiza Lohisse, segundo Cremilda Medina (1988): os mitos, que são universais, compartilhados no coletivo. Todas as narrativas humanas trazem conteúdos arquetípicos, como observado por Jung (1996), Campbell (2007) e Vogler (2006). A proposta da “comunicação

anônima” de Lohisse abre questões à interpretação de natureza compreensiva. Existem, com efeito, em todos os produtos midiáticos, junto e ao lado do espetáculo, pode-se argumentar na linha do que afirma Lohisse, conteúdos que nos atraem e com os quais nos identificamos, por sua extração arquetípica. Vogler deixa isso claro, em sua obra, quando discute as razões de ordem mais profunda pelas quais as audiências se identificam com a produção cultural (VOGLER, 2006, p. 26-31).

Künsch (2015), por sua vez, fala também sobre o espetáculo em múltiplas perspectivas, desde os primórdios da existência do homem, quando a natureza cuidava de fazer os seus múltiplos espetáculos, não midiáticos, por si só. Traz, em seguida, o *Homo ludens* de Huizinga (2014), que mostra que o jogo também antecedia o homem, pois os animais já demonstravam o comportamento lúdico. É conhecido que diversas culturas, muitas consideradas primitivas, têm rituais simbólicos, danças de guerra, rituais de passagem do menino para a vida de homem, e o combate frequentemente está ali como jogo, de forma lúdica, um espetáculo.

O poder ou a ignorância humana podem se apropriar para “amansar as consciências”, aplinar emoções e levar ao *Panis et circensis*. E, apesar de que pão e circo também sejam coisas muito boas, é este o lado nocivo e ruim do espetáculo que, desde os anos 30 do século passado, a Teoria Crítica da Comunicação, com o seu conceito de Indústria Cultural e todo o esforço interpretativo dos teóricos da Escola de Frankfurt, Adorno e Horkheimer à frente, que exerce com veemência, e às vezes até com pura raiva, destaca Künsch (2015).

O autor coloca a perspectiva de que, antes mesmo de qualquer crítica teórica, política ou midiática, o espetáculo é, sim, acima de tudo, um direito natural humano: o divertimento, a brincadeira como integrantes da natureza humana, e afirma Künsch (2015): como um direito natural de brincar e de divertir, de vibrar com o belo, de imaginar coisas.

CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Nestas considerações preliminares a proposta é de um texto autoral e crítico resgatando o tema, objeto, questão e objetivos do projeto de pesquisa. Seguindo, então, para a busca por uma reflexão sobre como foi conduzida a elaboração da dissertação em cada capítulo, procurando deixar claros os objetivos de cada capítulo e saber se estes foram atingidos. Se for o caso, quais outras questões surgiram durante a elaboração da dissertação, identificando quais podem ser objeto de um estado posterior, pois fogem ao alcance deste trabalho.

A abordagem proposta pelo pensamento compreensivo, a visão multiperspectívica e o pensamento complexo foram se somando de forma cada vez mais intensa e mais clara possibilitando percepções específicas e complementares. Por um lado, foi possível observar as diversas facetas da midiática das artes marciais mistas conforme se esperava do projeto de pesquisa: a arte marcial mista midiaticizada na publicidade de um energético, no encontro da arte marcial com Eros em um videoclipe de Marisa Monte, em espetáculos, eventualmente, quase circenses dos combates do UFC, cercados de sua carga de estesia. Enquanto caminhava por esta visão compreensiva, complexa, multiperspectívica, não pude deixar de ver a perda do corpo, o desgaste e empobrecimento da arte marcial causados pela esportivização que busca performance e resultados.

Esta dissertação foi organizada em três capítulos. O primeiro deles, “O Universo Midiático das Artes Marciais Mistas”. O segundo capítulo, intitulado “Corpo, Mídia e Espetáculo”, e o terceiro capítulo cujo título foi atribuído já agora praticamente ao concluir o capítulo: “Artes Marciais Mistas, Mídia e Espetáculo”.

O primeiro capítulo teve por objetivo apresentar o tema da midiática e espetacularização das artes marciais, o objeto das artes marciais mistas, apresentar o contexto do UFC, o filme “Mais Forte que o Mundo – A História de José Aldo”, o “Canal Combate” e os programas escolhidos “Revista Combate” e “Combate News”, a realidade midiática que eu enxergava, então, no início da pesquisa, que poderia atingir os objetivos. No segundo capítulo me propus a apresentar o corpo de conhecimento, o referencial teórico, os autores e os principais conceitos que iriam suportar a minha busca pelas respostas quanto à espetacularização e à midiática. O terceiro capítulo, de natureza, claramente empírica, foi onde eu tive o desafio de mostrar como efetivamente a midiática e espetacularização ocorria no mundo das artes marciais mistas.

Foi estabelecido como tema para esta dissertação “a midiaticização e espetacularização das artes marciais” e, especificamente, como isso se dá no campo das artes marciais mistas, o MMA (*mixed martial arts*, em inglês), que constituiu o verdadeiro objeto desta pesquisa, que foi evidenciado por fenômenos como o do próprio UFC (*Ultimate Fighting Championship*), o “Canal Combate” e os dois programas avaliados “Revista Combate” e “Combate News”, o filme “Mais Forte que o Mundo: A Vida de José Aldo”, o filme “La Riña – Rinha, o filme”, campanhas publicitárias como “Escolha seu Combate” e “TNT Energy Drink”. Assume-se que o campo das artes marciais mistas, com sua representatividade, atualidade e importância considerável, é onde melhor se pode mostrar como ocorrem os fenômenos da midiaticização e da espetacularização das artes marciais como um todo.

A pergunta central que procurei deixar clara, e entendo ter conseguido responder a contento, por meio de várias estratégias de análise e de interpretação, foi: como mídia e espetáculo estão incidindo, hoje, no mundo das artes marciais? O objetivo geral foi o de mostrar, por meio de diversas facetas, produtos e acontecimentos, como esse processo estaria sendo evidenciado no caso específico das artes marciais mistas. Outros objetivos seriam o de elucidar a relação entre o cinema e o surgimento do MMA, e algumas das diferenças mais importantes entre a filosofia das artes marciais históricas e delas enquanto produtos midiáticos.

Aqui chegando, depois do esforço entendido na produção das páginas anteriores, entendo que os objetivos foram atingidos quando trabalhei, principalmente, com os fundamentos de Zygmunt Bauman (2007) quando elaborei “Consumo versus Consumismo” no terceiro capítulo. Também, pretendeu-se perceber o espetáculo numa visão complexa e compreensiva, ou seja, não só no sentido da crítica negativa ao espetáculo em sua vinculação com o mercado, mas também do espetáculo como realidade social e como direito. Este foi um assunto trabalhado com mais afinco no item final do capítulo 3, com apoio dos fundamentos de Medina, Lohisse, Kellner e Künsch, principalmente. O leitor atento, no entanto, irá observar que essa preocupação, de não afirmar verdades absolutas, e por isso mesmo reducionistas, sobre o tema do espetáculo, está presente desde as primeiras linhas deste trabalho. Não no sentido de desqualificar ou minimizar o peso da crítica contra tudo quanto o espetáculo possa ter de nocivo, mas para elevar as vozes dos que defendem que toda produção humana, por ser de natureza cultural, abriga sentidos diversos. Não há, no mundo da produção humana, poder-se-ia afirmar, “samba de uma nota só”.

Nesse mesmo contexto, ainda no terreno dos objetivos específicos, a proposta era também de trabalhar de forma complexa e compreensiva os sentidos do espetáculo e de midiaticização, percebendo o espetáculo no interior de uma visão que, mais uma vez, reforçando o quanto dito no parágrafo anterior, integra, e que vai além da crítica ao espetáculo em sua versão mercadológica e ideológica, enxergando-o como uma realidade social e humana a que as pessoas têm direito. Neste ponto, foi fundamental o trabalho com o grupo de pesquisa "Comunicação, Diálogo e Compreensão" e do projeto "A Compreensão como Método", desenvolvido pelo Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero em parceria com a Universidade de Antioquia, de Medellín, na Colômbia. O contato com as disciplinas abriram os horizontes deste autor para o pensamento de pensadores e pesquisadores como Edgar Morin, Hannah Arendt, Martin Bubber, Dimas Künsch, entre outros. Uma aproximação fundamental.

Esta pesquisa permitiu atingir conclusões a respeito de objetivos que eram previstos originalmente, e outros de que se foi tomando consciência com o progresso do trabalho.

A tomada de consciência da força de conceitos como os mitos, arquétipos, o inconsciente coletivo, a estesia, o processo civilizador e o próprio pensamento compreensivo, e o que estas forças representam na formação da ação consciente e inconsciente do indivíduo e como a mídia e o marketing têm a capacidade de construir obras primas da indústria cultural foi um processo de transição extremamente valioso durante o projeto de pesquisa.

Especificamente quanto à arte marcial, seja ela qual for, o confronto com a questão da violência, por um lado, e da diversão e da competição, por outro, era um ponto de dúvida e dificuldade de diálogo. E aqui uma outra questão em que o trabalho com esta pesquisa trouxe subsídios para sustentar uma postura que até então não havia tido subsídio ou embasamento teórico ou mesmo empírico: a dificuldade de seguir dogmas. E a proposta de pensamento complexo e do pensamento compreensivo, onde estou treinando minha alma de pesquisador.

Quanto à violência, agressão, competitividade, este projeto me permitiu enxergar que, sim, como mamíferos que somos, inclusive por questões biológicas, há um processo civilizador contínuo e longo em andamento, como trabalhado por Norbert Elias. Um indivíduo ou um grupo, em situações de maior ou menor pressão de fatores de ordem emocional, física, espiritual, intelectual, política, social, cultural, econômica, pode ter reações variadas. A arte marcial se apresenta como um instrumento complexo (Morin) pelos inúmeros eixos em que podemos enxergar sua perspectiva, seu potencial, esta atitude, por si, é compreensiva (Künsch).

O conhecimento de que a arte marcial é um jogo (Huizinga), de que é um instrumento de comunicação através do corpo (Kamper, Baitello), uma ferramenta de autoconhecimento no processo de individuação (Jung), de que reflete arquétipos importantes neste processo (Campbell) e na criação de produtos midiáticos como filmes (Vogler) que atingem milhões de indivíduos e com um potencial de mudar suas vidas, de que a arte marcial é complexa em suas formas, técnicas (Saotome, Bruce Lee, Bowman), e sim, a arte marcial pode ser usada como instrumento de defesa pessoal (Saotome) até mesmo pela atitude, sem nunca ter que ser usada, ou efetivamente no contato físico (Gracie, Saotome) se necessário, preservando (ou não) o outro. A compreensão começa por chamar o "oponente" de "outro". No Aikidô não há "oponentes".

Este autor tem consciência dos limites de todo e qualquer trabalho, e também deste, mas, sobretudo, das portas e janelas que se abrem para futuros desenvolvimentos, tanto no âmbito do método (compreender e praticar a compreensão), quanto dos conteúdos e questões que o objeto aqui estudado evoca. Em outro trabalho, por exemplo, que pode ser tema de artigo, a organização *Bellator*, maior competidora do UFC, pode ser estudada para avaliar distinções entre ambas: estratégias de mídias televisivas e mídias sociais, relacionamento e comunicação com atletas, estrutura dos espetáculos, entre outros. Sendo uma organização bem mais jovem (fundada em 2008), é uma organização que trouxe lições aprendidas do UFC.

As artes marciais são um tema abrangente que abrem portas para possibilidades de pesquisa e extensão. Há artigos aprovados ou em avaliação para congressos em 2016, como o XXXIX Intercom e o 12º Interprogramas de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero. Além disto, há um artigo em avaliação para publicação eletrônica e rodas de conversa dentro do plano de trabalho no âmbito do grupo de pesquisa "Comunicação, Diálogo e Compreensão" e do projeto "A Compreensão como Método", da Faculdade Cásper Líbero, em parceria com a Universidade de Antioquia, de Medellín, na Colômbia.

Como proposta de pesquisa, programa de disciplina de pós-graduação e extensão, a arte marcial Aikidô é ferramenta de riqueza comprovada para uma proposta de comunicação e expressão, que pode ser avaliada para levar o discente à prática de estudos na linha de pesquisa de estudiosos como Dietmar Kamper.

Caminheiro, o caminho se faz andando, diz o poeta (Antonio Machado). Andamos. A pesquisa é assim: o caminho não acaba nunca. Mas é bom olhar para trás e perceber que passos

foram dados. Muitos passos. Na alegria e também na dor. Porque a vida é que é mesmo assim: complexa. Merece compreensão.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W. "A indústria cultural" In: COHN, Gabriel (org.) **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Editora Nacional, 1975, p. 287-295.
- ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. "A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massa". p. 169-214. In: COSTA LIMA, Luiz (org.) **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- ARAÚJO, Bráulio Santos. R. "O Conceito de Aura, de Walter Benjamin, e a Indústria Cultural". **Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP**, São Paulo, n. 28. p.120-143. Disponível em <<http://www.revistas.usp.br/posfau/article/view/43704/47326>>. Acessado em: 29 jul. 2016.
- AWI, Fellipe. **Filho teu não foge à luta: como os lutadores brasileiros transformaram o MMA em um fenômeno mundial**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2012.
- BACK, A.; KIM, D. "The future course of the Eastern martial arts". **Quest**, v.36, Londres, 1984.
- BAITELLO Jr, Norval., WULF, C. **Os Sentidos e as Imagens em Movimento**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.
- BAITELLO Jr, Norval. **A Era da Iconofagia: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura**. São Paulo. Paulus, 2014.
- _____. **A sociedade das Imagens em Série e a Cultura do Eco**. 2005. Disponível em: <web.upla.cl/revistafaro/n2/02_baitello.htm>. Acesso em: 29 jul. 2016.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.
- _____. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- _____. **Vida para Consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Época de Sua Reprodutibilidade Técnica**. Porto Alegre: Editora Zouk, 2012.
- BETTI, Mauro. **A janela de vidro; esporte, televisão e educação física**. Campinas: Papirus, 1998.
- _____. "Esporte, televisão e espetáculo: o caso da TV a cabo" **Conexões: Educação, Esporte, Lazer**, Campinas, n.3, p.74-91, 1999.
- _____. "Esporte na mídia ou esporte da mídia?" **Motrivência**. XII, n.17, s/p, 2002.
- BOWMAN, Paul. "What is Martial Arts Studies?", 2010. Disponível em <https://www.academia.edu/10010603/What_is_Martial_Arts_Studies>, ISSN 2057-5696. Acessado em: 29 jul. 2016.

- BOWMAN, Paul. "The Globalization of Martial Arts", 2010. Disponível em <http://www.academia.edu/179550/The_Globalization_of_Martial_Arts>; "Martial Arts in the Modern World". Acessado em: 29 jul. 2016.
- BOWMAN, Paul. "Keeping it Unreal: Researching Mediatized Martial Arts", 2010. Disponível em <https://www.academia.edu/1469448/Keeping_it_Unreal_Researching_Mediatized_Martial_Arts>; Acessado em: 29 jul. 2016.
- BRITO, Pedro Debs. **Comunicação e Compreensão: uma contribuição para os estudos da Compreensão como Método**. São Paulo: 2015. 174 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Cásper Líbero São Paulo.
- CAMPBELL, Joseph., MOYERS, B., FLOWERS, B. S. (Org.). **O Poder do Mito**. São Paulo: Palas Athena, 1990.
- CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 2007.
- CAMPBELL, Joseph. **A Jornada do Herói: Joseph Campbell Vida e Obra**. Ágora, 2013.
- CASTELLS, Manuel. **The Rise of Network Society**. London: Blackwell, 2000.
- COELHO, Cláudio N.P. **Teoria Crítica e Sociedade do Espetáculo**. Jundiaí: Editora In House, 2014.
- CORREIA, Walter Roberto, FRANCHINI, Emerson. "Produção Acadêmica em lutas, artes marciais e esportes de combate". **Motriz**, Rio Claro, v.16 n.1 p.01-09, jan./mar. 2010
- CHAN, S. "The Construction and Export of Culture as Artefact: The Case of Japanese Martial Arts". **Body & Society** 6:1, 69-74, 2000.
- DEBORD, Guy. **Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DE LA MERCED, Michael J. "U.F.C. sells itself for \$4 Billion". **The New York Times**. Nova Iorque, julho de 2016. Acessado em <http://www.nytimes.com/2016/07/11/business/dealbook/ufc-sells-itself-for-4-billion.html?ref=collection%2Ftimestopic%2FDell%2C%20Michael%20S.&action=click&contentCollection=timestopics®ion=stream&module=stream_unit&version=latest&contentPlacement=2&pgtype=collection>
- DEL'VECCHIO, F. B.; FRANCHINI, E. "Lutas, artes marciais e esportes de combate: possibilidades, experiências e abordagens no currículo de educação física". In: SAMUEL DE DONOHUE, J.J. "Modern educational theories and traditional Japanese martial arts training methods". **Journal of Asian Martial Arts**, v.14, n.2, p.8-29, 2005.

- DRAEGER, D. F., SMITH, R. W.. **Comprehensive Asian Fighting Arts (Bushido –The Way of the Warrior)**. New York, USA: Kodansha International, 1981.
- DRAEGER, D. F., KHIM, P'ng C. **Shaolin Lohan Kung-fu**. Tokyo, Japan: Tuttle Publishing, 1979.
- ECO, Umberto. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- ELIAS, Norbert. **O processo civilizador. v.1: Uma história dos costumes**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.
- FECHINE, Y. "Televisão e estesia: considerações a partir das transmissões diretas da Copa do Mundo". In: **Significação** – Revista Brasileira de semiótica, N. 17, São Paulo, Annablume, 2010, pp. 11-37.
- FIGUEIREDO, A. A. "The Object of Study in Martial Arts and Combat Sports Research – Contributions to a Complex Whole". in: Cynarski, Wojciech (ed.) **Martial Arts and Combat Sports – Humanistic Outlook**, Rzeszów, wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, ISBN 978-83-7338-439-2, p. 20-34.
- FONTENELLE, I. A. **O Nome da Marca**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2002.
- GALVÃO, W. N. "Cultura contra cultura". **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 17 mar. 2002. Caderno Mais!, p. 5-11.
- GOODGER, J.M. "Theories of change in sport: comments on some recent contributions". **International Review for the Sociology of Sport**, Otago, v. 17, n.3, p.99-109, 1982.
- GRINBERG, L. P. **Jung, O Homem Criativo**. São Paulo: FTD, 1997.
- GROF, Séc. **Sabedoria Antiga e Ciência Moderna**. Ed. em Espanhol (1991). Santiago, Chile. Editorial Quatro Ventos, 1984.
- HARRISON, E. J. **Fighting Spirit of Japan**. Slough, UK: Foulsham, 2012.
- HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**. Perspectiva, 2008.
- JUNG, Carl. G. **O Homem e Seus Símbolos**. São Paulo: Nova Fronteira, 1996.
- _____. **Tipos Psicológicos**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1980.
- KAMPER, Dietmar (2011). "O Corpo". In: WULF, Christoph (2002). **Cosmo, corpo, cultura. Enciclopedia antropológica**. Milano. Ed. Mondadori.
- KAMPER, Dietmar. **Unmögliche Gegenwart. Zur Theorie der Phantasie**. Munique: Fink, 1995.
- _____. **O Trabalho como vida**. São Paulo: Annablume, 1998.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- _____. "A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo". **Líbero**, v. 6 n.11, 2004.

KÜNSCH, Dimas. A. **Maus pensamentos: os mistérios do mundo e a reportagem jornalística**. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2000.

KÜNSCH, Dimas. A. **Comunicação, Conhecimento e Compreensão**. Trabalho apresentado ao NP Teorias da Comunicação, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – INTERCOM 2006, Brasília, 6 a 9 de setembro de 2006.

KÜNSCH, Dimas A., (org), BARROS, Laan Mendes de. **Comunicação: saber, arte ou ciência?** São Paulo: Plêiade, 2008.

KÜNSCH, Dimas. A. “Crise, compreensão e comunicação: contra a certeza do pensamento avassalador”. **Líbero**, Ano XI - nº 22 – Dez 2008 pp. 43-52.

KÜNSCH, Dimas. A., MARTINO, L.M.S. (Orgs). **Comunicação, Jornalismo e Compreensão**. São Paulo: Plêiade, 2010.

_____. "Pão e Circo: o lado maligno do espetáculo nosso de cada dia". Trabalho apresentado na mesa de abertura do **III Seminário Comunicação, Cultura e Sociedade do Espetáculo**, São Paulo, SP, 15 a 17 de outubro de 2015, organizado pelo grupo de pesquisa “Comunicação e Sociedade do Espetáculo”, do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, São Paulo.

LASCH, Christopher. **O Mínimo Eu**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2012.

LIMA, Edvaldo. P. **Psicologia profunda – textos de conhecimento e vida**. 4ª edição. São Paulo, Sistema Editorial Clube de Autores, 2013.

LOHISSE, Jean. **Communication Anonyme**, Paris, Éditions Universitaires, 1969.

MARTINO, Luis. Mauro S., **Teoria da Comunicação: ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial**. 2ª edição. São Paulo: Summus, 1988.

MORAES, R. "O sujeito individual - uma interlocução entre Arendt, Bauman, Morin e Freire".

Café Filosófico, 2015. Disponível em: <http://conhecimentoe filosofia.blogspot.com.br/2015/04/o-sujeito-individual-uma-interlocucao.html>>. acesso em 31 mar 2016.

MORIN, Edgard. **Cultura de massa no século XX: neurose**. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1984.

_____. **Introdução ao Pensamento Complexo**. 4ª edição. Porto Alegre, Sulina, 2011.

NADAL, Maurício. “Audiência do UFC cresce no Brasil, mas franquia sente falta de Anderson em 2014”, **Agência IG de Notícias**, São Paulo, 04/12/2014. Disponível em

<http://esporte.ig.com.br/lutas/2014-12-04/audiencia-do-ufc-cresce-no-brasil-mas-franquia-sente-falta-de-anderson-em-2014.html>, acesso em 31 mar 2016.

PAWLUK, I.C., ZUKOW, W. **Humanities dimension of physiotherapy, rehabilitation, nursing and public health**. Radom : Radom University, 2011.

PRANIN, S. **The Aiki News Encyclopedia of Aikido**. Aiki News, 1991.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTAELLA, Lucia. **A cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.

SAOTOME, Mitsugi. **Principles of Aikido**. Boston, Shambhala Publications, Inc, 1989.

SOUSA, Rainer G. "Revolução Francesa - Os Estados Gerais"; **Brasil Escola**. Disponível em <<http://brasilescola.uol.com.br/historiag/revolucao-francesa-os-estados-gerais.htm>>. Acesso em 04 de agosto de 2016.

SOUZA NETO; DAGMAR H. (Org.). **Formação profissional em Educação Física: estudos e pesquisas**. Rio Claro: Biblioética, 2006, v. 1, p. 99-108.

STEVENS, J.; RINJIRO, S. **Aikido: the way or harmony**. Boston, Shambhala. 1984. p. 3-17.

STRATTON, R. "Of monks and warriors: a layman's overview of far eastern martial arts". **Olympic Review**, Lausanne, n.224, p.342-347, 1986.

VOGLER, Christopher. **A jornada do escritor: estruturas míticas para escritores**. 2ª. edição, Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

SITES

<http://www.ufc.com/event/ufn-dublin-ireland/printFightCard>

<http://nagradedoMMA.blogosfera.uol.com.br/2015/12/13/mcgregor-conta-por-que-preve-suas-vitorias-e-crava-e-o-melhor-do-mundo>

<http://www.mirror.co.uk/sport/other-sports/MMA/ufc-conor-mcgregor-profiled-mtv-1756705>

<https://www.facebook.com/MaisForteQueOMundo/>

<http://www.bloodyelbow.com/2015/12/13/10030146/ufc-194-jose-aldo-post-fight-interview-ot-a-fight-conor-mcgregor-one-punch-ko-transcript-MMA-news>

<http://www.MMAmania.com/2015/12/14/10137772/ufc-194-jose-aldo-knockout-loss-to-conor-mcgregor-its-too-hard-to-digest-MMA>

FILMOLOGIA

CHAMPS. Direção: Bert Mrcus, 2014, EUA, 1h30 minutos, longa-metragem, color.

FÚRIA do Dragão, A. Direção: Lo Wei, 1972, Hong Kong, 1h48 minutos, longa-metragem, color.

HOMEM do Tai Chi, O. Direção: Keanu Reeves, 2013, EUA, China e Hong Kong. Longa-metragem, 1h45 minutos. Com Keanu Reeves e Tiger Chen.

JOGO da Morte, O. Direção: Bruce Lee, 1972, Hong Kong, longa-metragem incompleto, color.

KUNG Fu. Série de TV. Criadores: Ed Spielman, Jerry Thorpe e Herman Miller. (1972-1975), estrelada por David Carradine, EUA.

MAIS FORTE QUE O MUNDO, A história de José Aldo. Direção: Afonso Poyart , Brasil, 2016, 1h44 minutos, color.

OPERAÇÃO Dragão. Direção: Bruce Lee e Robert Clouse, 1973, Hong Kong, 1h50 minutos, longa-metragem, color.

RINHA: o filme. Direção: Marcelo Galvão e equipe, 2008, Brasil, Longa-metragem, 1h26 minutos.

TRILOGIA Samurai. Direção: Hiroshi Inagaki, 1954, Japão. 93 minutos, longa-metragem, Color.

VOO do Dragão, O. Direção: Bruce Lee, 1972, Hong Kong, 2h13 minutos, longa-metragem, color.

ANEXOS

ENTREVISTA PRESENCIAL COM IGOR RESENDE, DO ESPN.COM.BR, REALIZADA EM 10/03/2016

A ideia é um papo solto. Quero que você fale um pouco sobre a sua experiência, uma visão geral das artes marciais.

O UFC se moldou completamente a partir da televisão e das regras que a Justiça americana, a partir das comissões atléticas americanas, foi impondo para que as lutas pudessem acontecer nos estados.

Teve um UFC, se não me engano o 5, em que a empresa que transmite comprou um tempo de satélite que não foi o suficiente para cobrir todo o tempo de luta. A transmissão foi encerrada no momento em que o tempo de satélite da empresa acabou. Eles compraram duas horas, a luta deu duas horas e meia, e então essa última meia hora de luta foi perdida. Esse é um dos motivos para que tenha sido estipulado um limite de tempo para os rounds.

O UFC que surgiu nos anos 90 e o UFC de hoje são esportes diferentes. Acho que é muito por conta da TV e de como o público via aquilo e de como o governo dos Estados Unidos não queria que o público visse aquilo -- não queria que fosse uma briga com muito sangue e então foram moldando as regras, até que se tornou o que é hoje.

Nos Estados Unidos parece que as comissões atléticas são estaduais.

São estaduais, tem as mais fortes: a de Nevada, Las Vegas; a de Los Angeles; e a de Nova York é forte porque é Nova York. O UFC não é liberado em Nova York -- se não me engano é a única comissão que não libera o UFC nos EUA. É bem político mesmo. É engraçado que eles fazem em New Jersey. New Jersey pode e Nova York não pode. O sonho do UFC é fazer um evento na *Madison Square Garden*. Até agora não conseguiram liberar ainda.

O UFC tem dificuldade de penetrar o Japão?

O Japão é a terra do MMA. Antes do UFC, foi o Japão com o Pride, e até hoje tem muito evento no Japão, mas o UFC não conseguiu mesmo entrar. Tem várias questões. Tem o saudosismo do Pride, tem o fato de que não tem japoneses muito fortes, o fuso horário -- todas as lutas no Japão começam em horários ruins. A época do Pride era diferente, ficava bem escondido na TV. Eles tentaram bastante apostar nos grandes ídolos. Eles fizeram um evento no Japão e levaram o Wanderlei. Foi a luta principal e fez um sucesso lá, mas acabou não vingando ainda. Eu sinto uma dificuldade grande do UFC de entrar em novos mercados.

Você se refere a novos mercados geográficos?

É. Na China eles estão tentando investir bastante, mas não é tão fácil assim.

No caso da China qual é a dificuldade?

Eu acho que tem esse lance de ser uma marca americana tentando entrar na China. Tem o lance do horário, chineses não entraram muito no MMA ainda. Eles usaram o Bisping [Michel Bisping] por muito tempo para conseguir entrar no Reino Unido e na maior parte da Europa. Eles tentaram com os chineses, mas os que chegavam ali não vingavam.

Podem ver que os maiores mercados do UFC são o Canadá, por causa da proximidade dos Estados Unidos, que é a casa do UFC, e o Brasil porque tem muitos campeões. O Brasil tem muito disso: acompanha esportes por vitórias.

"O brasileiro precisa de heróis": o que você vê disso no UFC? Por que há tantos brasileiros presentes no UFC e no MMA?

Eu acho que as artes marciais cultivam praticantes e públicos muito mais fiéis do que outros esportes. Você pode ver que uma família em que o pai treina jiu-jitsu, o filho treina jiu-jitsu; se o pai treina karatê, o filho treina karatê. Isso é muito forte na cultura brasileira. Então, mesmo antes do MMA estourar aqui, ele já tinha um público cativo muito forte.

Na Copa do Mundo de 2010, eu já estava na ESPN como estagiário. E, no meio da Copa, o MMA foi a maior audiência do site. No meio da Copa! Então eu acho que esse público cativo é muito grande. O MMA nunca vai simplesmente morrer. A audiência pode diminuir, mas morrer não vai, porque é um público que acompanha e gosta. Tanto que você vê que há muitos blogs e sites especializados em MMA, mas você não vê sites especializados em vôlei. Mesmo no auge do vôlei, são poucos.

A gente não tem uma contagem para as artes marciais no Brasil. Quem pratica artes marciais no Brasil, sejam elas box, jiu-jitsu ou karatê? Tem essa junção de todos e é muita gente que pratica. Tem muitos esportes que, se você juntar, ele cria um público tão grande e tão forte quanto qualquer outro.

E como contabilizar?

É difícil mensurar. Às vezes é visto como hobby, e não é. É um estilo de vida. O futebol, para mim, é muito mais hobby do que qualquer arte marcial. O futebol você joga uma vez ou outra. A arte marcial, se você vive aquilo mesmo, é sua vida.

Você pratica artes marciais?

Eu sempre quis lutar judô, quando pequeno, mas minha mãe não me colocou. Depois eu fiz jiu-jitsu em dois períodos diferentes da minha vida. Nunca consegui continuar, mas, no pouco que eu fiz, consegui perceber claramente que "é batata": o pai faixa preta tem o filho fazendo jiu-jitsu na mesma academia; filho, filha, sempre. É uma tradição que passa e perdura há muito tempo. É algo muito envolvente. "Meu amigo faz e me chamou para ir", na hora que você começa, você não quer parar mais. Por ter todos os preceitos que tem, isso acaba te pegando.

Isso [o jogo de tempo dos jogadores] foi muito ruim para o jiu-jitsu. Agora você não tem mais todo o tempo, você tem que "pegar" em cinco minutos. Acontece bastante: acabou o round

independentemente se você está com um mata leão encaixado ou se você está quase nocauteando o adversário. E isso, para o Dorian Price, que é o criador, é um absurdo. Você está lá finalizando, está enforcando o cara, mas se bateu o round você não pode terminar. Você está ganhando a luta e de repente você perde por causa disso. Esse foi um dos grandes motivos que o fez vender a organização. Isso acaba transformando bastante.

O que muda sendo 3 ou 5 [rounds]?

Todas as disputas de cinturão e todas as outras principais são cinco rounds. Qualquer outra luta são três. Então no geral são três, a não ser que seja uma disputa de cinturão ou seja a disputa principal da noite, mesmo que não seja pelo cinturão. Mas isso é muito diferente. Se você está acostumado a lutar por quinze minutos, você tem quinze minutos para ganhar -- às vezes nem isso você tem, você tem doze, treze, á que nos últimos minutos você segura. Só que, de quinze para vinte e cinco, é quase o dobro. Você tem que aguentar muito mais. O que acontece com o desafiante é que ele chega muito mais cansado do que o campeão, que já está acostumado a lutar por vinte e cinco minutos. Precisa de muita preparação. Acaba mudando o estilo.

Uma coisa que eu fui observando à medida em que os UFCs evoluíram é a questão da metodologia mesmo [cita A jornada do herói, de Joseph Campbell]. A coisa foi ficando num nível de espetáculo, com a audiência foi crescendo. As entrevistas, as encaradas. Algo muito encenado.

Um dos maiores questionamentos que o esporte vive hoje é se ele é um esporte ou um entretenimento. Esportivamente, não há uma definição clara para as lutas. É interessante, para o UFC, lutas que dão dinheiro. Uma luta do UFC tem uma média de venda de Pay-Per-View de 300 a 400 mil. O McGregor, nas últimas duas lutas, vendeu mais de um milhão. O Anderson Silva, se não me engano, tem um histórico de uma ou duas lutas com mais de um milhão de venda de Pay-Per-View. E isso faz com que a receita que o McGregor gera seja o dobro ou o triplo de uma luta menor. A maioria dos lutadores tem uma bolsa que dobra em caso de vitória; ele não. Ele é um garantido. Se ele ganhasse, ele não ia ganhar nada a mais, mas o milhão dele é garantido. E diz ele que ganhou dez milhões nessa luta: um milhão de UFC e nove milhões de patrocínio. Só que então chega em um ponto de se questionar o quanto o esporte é entretenimento. Essa é uma questão pertinente no UFC.

O UFC é uma instituição privada, que visa o lucro.

O UFC virou sinônimo de MMA, como você falou. Você fala UFC e as pessoas automaticamente ligam o papel do UFC com o papel da organização da Fifa, que é garantir que os melhores times estejam na Copa do Mundo. Como se ela estivesse velando pelo MMA, mas ela não está. É uma organização privada.

O MMA não é uma propriedade intelectual do UFC.

Não. Mas o Octógono sim, porque ele é propriedade do UFC. O formato dele. Tudo o que o UFC inventou do Octógono foi

patenteado. O MMA é um esporte em que existem várias organizações.

O que acontece é que corte não é lesão. Às vezes você tem a impressão que a pessoa está toda machucada, mas ela está cortada. São caras que assinam contrato dizendo que se prepararam a vida inteira para isso. Não é que você pegou um cara na rua, despreparado, e o colocou lá.

Judô, tênis, futebol... Tem uma diferença de como encarar a possibilidade de violência em um esporte de combate. Muito sangue impressiona, e sangue não é violência. Você vê o MMA como esporte?

Eu vejo. Há pessoas que se preparam para aquilo. Eu acho que a definição de esporte é muito ampla.

Como você definiria esporte?

Se você combate com alguém, usa o seu corpo para competir com alguém ou para quebrar marcas pessoais, eu chamo de esporte. Mas é muito complicado.

Eles mesmos [os americanos] se conhecem e são conhecidos como os melhores que sabem fazer entretenimento no esporte. Eles sabem fazer muito bem o espetáculo no esporte, mas separam as duas coisas.

O que diferenciaria o MMA do box?

As pessoas não consideram o MMA um esporte, mas consideram o box. E são praticamente a mesma coisa: são organizações mundiais, tem cinturão, se você se vende melhor você segura o título. Eu acho que no box tem menos sangue. E o UFC parece gostar mais disso [do espetáculo], porque por um lado faz com que eles vendam muito mais.

Queria saber o que você acha dos Gracie.

Eles tiveram, lá atrás, a sacada de manipular os índices de uma outra forma que era criar um estilo de luta que seria diferente de tudo o que existia. Uma coisa é o boxe e outra é o taekwondo, são totalmente diferentes: no primeiro você dá um soco, no segundo um chute, basicamente. Se um soca e o outro chuta, os dois vão ficar de pé. O que acontece quando você derrubar um cara desses? E se você for derrubado? Era o que os Gracie faziam. O jiu-jitsu é uma arte marcial que pegou essa parte do judô e aprimorou, virou um esporte totalmente diferente dos outros.

A partir do momento em que eles tiveram essa confiança, eles conseguiram promover o esporte deles. Em princípio eles promoveram indo em academias e desafiando os caras dentro das academias. Como eu vou fazer um cara parar de treinar taekwondo e começar a treinar jiu-jitsu? Eu vou lá e bato no professor dele! Eu mostro que minha arte é melhor do que a dele: então o UFC surgiu com esse princípio de mostrar que o jiu-jitsu era melhor, que a arte dele é melhor, de fazer o nome deles e ganhar dinheiro, seja no Brasil ou em outro país. É só você ver o monte de academias de jiu-jitsu que explodiram nos EUA depois

do UFC. Tem pessoas treinadas pelos Gracie até hoje. Eles dominam as principais academias. Estão até hoje treinando os melhores lutadores do mundo. A sacada que eles tiveram foi do esporte, e a partir disso eles tiveram a sacada de mostrar que são os melhores do mundo, tornaram o jiu-jitsu um esporte no Brasil. **Eu não sei em qual outro lugar do mundo existe o jiu-jitsu como esporte.**

Só brasileiros ganham em campeonatos mundiais de jiu-jitsu. É um esporte que o Brasil domina totalmente. Uma sacada que eles tiveram de mostrar que a luta deles é melhor que as outras é uma sacada que nenhuma outra luta teve. Por que o jiu-jitsu deixou de ser dominante no UFC? Depois que foi mostrado que jiu-jitsu era bom no chão, as pessoas começaram a lutar no chão. Além dele [Royce] ser superior no chão, ele lutava com o desespero do adversário. A partir do UFC, os caras começaram a estudar: o que eu faço quando caio no chão? O grande rival do jiu-jitsu é o wrestling [catch wrestling]. Você derruba o cara no chão e o domina no chão.

O primeiro cara que eles consideram um lutador completo de MMA foi o Marco Ruas. Antes de surgir o UFC, já existia o vale tudo no Brasil. O vale tudo brasileiro é o precursor do MMA. Nessa época, além de ser um confronto de estilos, era um confronto de estilos que não te permitia ter dois estilos. Se você era jiu-jitsu, você não ia lutar capoeira. Se você ia lutar capoeira, você não ia lutar box. Você só podia fazer uma arte marcial. E você não era aceito na outra academia. Era uma academia e pronto. O Marco Ruas rompe com isso.

Essa é a questão. Se você quer trabalhar o corpo, você acaba querendo aprender um pouco de tudo.

A partir disso começou a surgir o cara que se especializa em mais de uma arte, até que chegou o momento em que o cara não era mais especializado em arte nenhuma. O cara hoje não tem isso: o cara hoje é lutador de MMA. Hoje, geralmente, você vem de uma arte marcial, sim, mas é muito diferente do que era antes. Antes você dominava a sua arte marcial para colocar ela em prova contra a dos outros, hoje você domina todas ao mesmo tempo -- claro que tem aquela que você começou treinando, gosta mais e treina mais.

Já tem cara que começa no MMA.

Exato. Hoje tem academias dando aula de MMA, antes não tinha.

O quanto o MMA influencia as pessoas a procurarem pela prática da arte marcial?

Bastante. Em 2011, se eu não me engano, durante o “turning point” do MMA brasileiro, é quando o MMA sai do circuito das pessoas que gostam de MMA e vai para o grande público. A partir de então explode o número de inscrições nas academias.

O Jornalismo está se transformando muito e muito rapidamente. Foi uma das coisas mais afetadas pelas tecnologias. Antes era o jornal que você lia no dia seguinte. Hoje, se eu quiser saber agora

o que o Obama falou há dois minutos, eu entro em um site e vejo. Na ESPN, eu e um outro cara fazemos a análise do MMA, e às vezes a gente se complica já no título. Você tenta fazer um título meio forçado para que a pessoa leia ou simpatize com aquilo. Mais da metade das pessoas entram na matéria e te xingam por causa do título, mas não leem o texto inteiro. Eu fiz uma matéria sobre o José Aldo quando ele perdeu para o McGregor. O título era "José Aldo vai de rei a bobo". Eu estava criticando a imprensa e a reação do público.

O seu título requer que a pessoa pense.

E que leia a matéria.

Eu fiz questão de escrever no texto que aquela não era a opinião do blog. A minha crítica era sobre como ele foi colocado em um patamar muito elevado para se vender no UFC e o que isso custou a ele, que foram todas as críticas que acabaram com a história dele. Ele não perdia há quinze anos. E então ele perde uma luta e todo mundo o xinga. Essa era minha crítica. Ninguém leu, um monte xingou. Quem leu, concordou.

Eu acho que hoje todo mundo sabe tudo, mas ninguém sabe nada [sobre análises rasas nas redes sociais e pouca atenção à leitura de textos para além das manchetes].

O caso do McGregor é menos pior do que o do Aldo. Porque o McGregor se colocou nessa posição, o Aldo foi colocado ali -- ele entrou na história, mas quem colocou ele como superstar foi quem queria vender a luta. O cara perdeu a luta, então, e ficou parecendo um idiota.

Quem são os caras que você vê com talentos reais?

A maior aposta do UFC, no momento, é o Thomas Almeida, "Thominhas". Essa é uma dificuldade não só do Brasil, mas do UFC em geral: a velha guarda saiu ou está saindo. Estão com dificuldades de encontrar nomes que segurem o evento.

Para o cara que sai do jiu-jitsu para ir para o MMA, o fato de não ter o kimono é uma grande diferença. Os dois caras mais "tops" do jiu-jitsu no momento, que são campeões do MMA hoje, são o Rafael dos Anjos e o Fabrício Werdum.

Muitas vezes eu tinha uma visão conflitante por achar que o MMA não poderia ser considerado esporte por causa do sangue. Mas, na nossa conversa, você teve uma boa sacada: o sangue não é necessariamente violento.

O que me pega muito é que alguns dizem que o MMA não é um esporte, mas qual é a diferença entre o MMA e o box?

O que eu vejo são razões históricas. Por que fórmula 1 é esporte, por exemplo? Sempre se fala do Circo da Fórmula 1, do espetáculo. Então, se a gente for olhar, não é esporte, é entretenimento.

E se você for usar uma concepção de que esporte é aquilo que usa seu corpo em relação a outros corpos, lógico que há um desgaste físico, mas são carros. O risco de vida é maior e não é que um cara é melhor do que o outro; o cara é bom e tem um carro melhor do que os outros. O hipismo é outro esporte que é ligado

diretamente à classe mais alta. Tem modalidades do hipismo de adestramento. Por que o adestramento de cavalo é um esporte e o adestramento de cachorro não é?

**Entrevista por WhatsApp com Bernardo Edler, jornalista,
editor e tradutor simultâneo do SporTV/Combate
Realizada em 26/04/2016**

Breve apresentação do entrevistado:

Meu nome é Bernardo de Vasconcelos Edler, 26 anos. Sou formado em jornalismo, trabalho no SporTV desde 2011 e trabalho exclusivamente com o Canal Combate desde 2013. Nessa época, houve uma transição de alguns produtos do Canal Combate para o SporTV. O SporTV passou a ter o controle sobre esses produtos. Primeiro foram só as transmissões do Combate, que passaram a ser o padrão do SporTV, com funcionários do SporTV, e então houve a formação de uma equipe, na qual eu me encaixei. Em 2015 veio o Revista Combate, e em 2016 o Combate News. Eu entrei nessa equipe em 2013. Peguei a fase de transição, na verdade. Comecei a trabalhar para o Combate em 2012 como freelance de narração, em 2013 eu comecei a fazer a tradução simultânea, praticamente só tinha eu. Ganhava por fora para fazer isso e conciliava com o trabalho fixo no SporTV. Na equipe, eu passei a fazer as traduções como uma parte do meu trabalho, ganhei um pouquinho a mais para poder ser editor e produtor e deixei de fazer o que eu fazia. Hoje a minha situação é mais ou menos essa, sou produtor, editor, tradutor simultâneo e estou retomando a carreira que sempre foi meu sonho, meu ideal desde moleque, que é a narração.

Como é a estrutura que permite a produção do Combate News e do Revista Combate?

É bom que você tenha em mente o seguinte: a estrutura que a nossa equipe tem é uma estrutura dentro do que o SporTV pode oferecer. A gente trabalha na Globosat, é uma empresa em que todos os canais trabalham: o Multishow usa a estrutura Globosat, o GNT usa, vários canais usam. E o SporTV usa uma boa parte dessa estrutura também. Mas o Combate tem a sua cota de horários de edição, de saídas de equipe – cada vez que você sai na rua, é estipulada uma quantidade de horas que aquela equipe pode estar fora –, e temos uma cota relativamente pequena: uma equipe por semana, que nem sempre a gente usa porque depende muito da nossa demanda e da quantidade de pautas que queremos fazer.

O que torna mais ou menos complexo o processo de produção de cada um dos programas?

Por alto, o que torna mais ou menos complexo o processo de produção é conjugar as suas possibilidades de produção, e isso envolve se vamos usar equipe ou não, se vamos usar VTS escritos e editados no próprio canal, se vamos material que já temos arquivado, e principalmente o que cada programa vai demandar na semana. Se você vai ter um programa que vai entrar entre o

UFC que passou e o UFC da semana seguinte... Esta semana, por exemplo, a gente não tem UFC no final de semana que vem, não tem evento nenhum. Nesse caso, para o Revista Combate, você vai repercutir o evento que passou, mas não tem um evento para projetar, o que torna um pouco mais complexa a montagem do programa. O editor chefe precisa pensar bem, porque ele tem uns vinte minutos do programa que precisam ser preenchidos com alguma outra coisa – essa é a arte de se fechar um programa, de imaginar, de calcular o quanto cada assunto rende e criar uma demanda em cima disso: o que vou precisar de VT, o que vou precisar de ilustração para os assuntos que serão abordados – isso tudo é passado para os editores da ilha de edição. Nós temos uma ilha de edição por dia durante seis horas. Nessas horas a gente mata as demandas do Revista e dos VTS que rodamos durante as transmissões. O Combate News tem uma cota de 2 ilhas de edição: uma na quarta e outra na quinta, avulsas, separadas do Revista Combate.

Como os dois programas relacionam-se e diferenciam-se entre si?

A partir dessa estrutura, temos o Revista Combate, um programa de uma hora com um break, e o Combate News, que é um programa de trinta minutos com um break. O foco de cada um: o Revista Combate é um programa que foca mais nos eventos que acabaram de acontecer, repercute na terça o evento de sábado, projeta um pouco o evento da frente, e os convidados geralmente são atletas, são personalidades, são pessoas que estão envolvidas diretamente com o mma -- seja como atleta ou como um fã ilustre. O canal cresceu muito e o perfil do assinante mudou muito também. O Combate não é um canal mais só de nicho como era antigamente. Hoje o canal tem mais ou menos 500 mil assinantes. É um número que sempre varia de acordo com a qualidade dos eventos. Hoje a nossa preocupação é falar com quem é do nicho, mas também falar com esse público novo. O Revista Combate é o programa que vai trazer o Warley Alves, o Shogun, o Dedé Pederneiras, mas vai trazer também o Lucas Lima, marido da Sandy, que é um grande fã de MMA, vai trazer o Dudu Nobre, o Diogo Nogueira etc. É o perfil mais analítico e mais aberto do Revista, até pelo tempo de programa. Você tem um programa de uma hora, então há tempo de analisar, de projetar, de debater. Você tem a possibilidade de entrar mais no mérito esportivo. E o Combate News que é um programa relativamente novo, tem a proposta um pouco diferente. A proposta é sempre trazer pessoas da mídia para debater as notícias que não puderam entrar no Revista Combate.

De toda forma, são dois programas que ainda estamos tentando deixar a diferença entre as duas linhas editoriais mais clara. Ainda ouvimos, internamente, que os formatos dos dois programas são muito parecidos. É uma questão de maturação do programa, aos

poucos vamos testando. No Combate News, já temos dois VTS dos quais não abrimos mão – a menos que seja um programa muito diferente. Temos “as curtinhas”, algumas notícias que não valem repercutir muito, mas que são legais de fazer o registro. Temos também o “bombo u na net”, o espaço que separamos para ver o que foi postado nas redes sociais. Isso sempre fica para o Combate News. No Revista, nós temos segunda e terça-feira para separar os momentos mais legais dos eventos e as entrevistas mais legais, então acabamos tendo um tempo de produção mais apertado. Esse tipo de edição, de matérias mais longas, VT de perfil, são matérias que exigem mais capricho, mais cuidado. A edição do Revista Combate, então, é mais demorada e demanda mais. Pro Combate News, é um programa mais curto, com menos VT, e também temos duas ilhas, então acaba que a produção do Combate News é feita quase toda na quinta-feira. Normalmente, começamos na quarta, mas na quarta à noite algo sempre estoura e entra em pauta. A gente nunca passou sufoco com edição no Combate News: você tem um apresentador, o Marcelo Alonso, um convidado e um correspondente por Skype, são quatro pessoas, então você não tem tempo de gravar um VT grande, é preciso ser coisas curtinhas, ilustração e coisas que você resolva rápido.

O que você considera o maior desafio da produção de cada um dos produtos?

Embora eu não seja o responsável, o “fechador” de nenhum dos dois programas, eu já fiz esse trabalho para cobrir férias e em outras eventualidades. Eu sou como o décimo segundo jogador, que é o primeiro reserva do time. E eu já estive à frente dos dois programas em questão, esse ano, inclusive. Eu senti a diferença muito claramente. O Revista Combate começava a ser pensado na quinta-feira para ir ao ar na terça-feira, porque é um programa grande, demanda edição, é preciso pensar em cima do convidado que você vai trazer, além da própria escolha sobre quem será o convidado. Você tem que ter coisas na mão para preencher uma hora de programa. E é uma conta que você só vai intuir com o tempo, então o primeiro que eu fiz foi um sufoco: calculei de uma maneira, o programa saiu de outra, e faltando cinco minutos para acabar o programa já não tínhamos mais o que rodar. Na segunda semana, eu já fiquei mais esperto com isso. Esse “feeling” de fechamento de programa é algo que você vai pegando com o tempo.

No caso do Combate News, o problema foi justamente o contrário. É um programa em que você tem um cara extremamente especializado e profundo conhecedor de artes marciais, que é o Marcelo Alonso, é uma pessoa com muitas ideias e muitas propostas. Ao contrário do Revista, esse é um programa em que é preciso trabalhar com um tempo muito reduzido. Então, fazer a conta de como balancear os assuntos de

acordo com o pouco tempo que você tem é tão difícil quanto a conta do Revista, só que em oposição. A conta de fechamento do Combate News é mais ou menos o inverso do Revista Combate. O convidado é sempre um jornalista, então não há preocupação em demandar coisas de homenagem a ele, que está ali para debater junto. A preocupação é menos com o convidado e mais com a condensação dos assuntos. Fora que, geralmente, os melhores momentos das lutas já foram editados para o outro programa.

**Entrevista realizada por Bruno Massami, do blog Planeta Octógono, hospedado no site da Gazeta Esportiva, com Marcelo Alonso
Realizada em 16/03/2013**

Disponível em: <<http://blogs.gazetaesportiva.com/planeta-octogono/2013/03/16/historia-do-mma-entrevista-exclusiva-com-marcelo-alonso/>>. Acesso em: 21/06/2016.

Marcelo, conte para os fãs, como você começou no esporte...

É uma longa história. Antes de trabalhar com lutas e me formei em biologia e cheguei a trabalhar alguns anos como responsável pelas análises bacteriológicas de um importante laboratório do Rio. O que me levou pra luta na verdade foi a fotografia que eu levava como hobby desde 1989 quando fiz um curso profissionalizante no Senac.

Em 1991, quando comecei a treinar Jiu-Jitsu o meu mestre (Cláudio França), que organizava a Copa Atlântico Sul (na época o campeonato de Jiu-Jitsu mais importante) me pediu pra fotografar o evento pra ele. Num destes eventos (em 1992) conheci o Paulo Roberto editor da revista Kiai que me pediu para mandar fotos e “relatórios” de eventos que ocorriam no Rio que na época, graças a explosão do Jiu-Jitsu originada das vitórias de Royce no UFC, já era o centro nervoso das Artes Marciais no Brasil. Em menos de seis meses eu escrevia matérias, vendia anúncios, fotografava eventos e ainda revelava num mino laboratório que fiz no meu banheiro.

Me apaixonei por aquela rotina e com o aumento da demanda na KIAI resolvi largar o meu emprego de biólogo, diploma, pós graduação e carteira assinada e pulei de cabeça no apaixonante mundo do jornalismo. Abri um estúdio em Copacabana onde passei a fazer os anúncios e capas da Kiai. Em 1994 passei a ser colaborador da Revista Tatame e também trabalhar como correspondente para as revistas Kakutougi Tsushin (Japão), Budo (França), Cinturon Negro (Espanha) e Full Contact Fighter (EUA).

Como sua família reagiu, quando você resolveu largar a futura profissão de biólogo, para trabalhar com o Vale Tudo, que agora se transformou no MMA?

Não é à toa que dediquei o livro do Vale-Tudo ao MMA ao meu pai, Luiz Alonso. O cara tem que ter uma cabeça muito diferenciada para bancar quatro anos de faculdade do filho e depois, de ele estar empregado, apoiá-lo em largar tudo e começar tudo de novo numa área que nem existia (jornalismo de lutas). Quando passei a ser editor da Revista Tatame e trabalhar como correspondente para revistas estrangeiras foi ele também me

incentivou a fazer a faculdade de jornalismo. Além de ter sido um grande amigo, meu pai foi um visionário por acreditar neste esporte. Curioso é que ele teve uma influência parecida na carreira do Rogério Minotouro.

Ele apoiou o Minotouro também?

Antes de ser lutador, o Rogério namorou 4 anos com a minha irmã. Eles se conheceram na Bahia e em 1998 ele veio morar no Rio para cursar a faculdade de Direito. Meu pai, que era advogado, arrumou um estágio para ele em seu escritório e paradoxalmente, como era grande fã do Rodrigo, passou a incentivar o Rogério a abandonar o trabalho para seguir sua vocação. O Rodrigo tinha uma gratidão muito grande pelo apoio que meu pai deu ao seu irmão. Tanto que, assim que chegava de suas lutas no Pride, levava as fitas para o coroa ver. Pouco antes de o meu pai falecer em 2002, quando precisou de uma transfusão de sangue, o Rodrigo teve uma virose e não podia doar, mas, junto com o Rogério, fez questão de levar namorada e vários amigos para ajudar. São atitudes pequenas, mas que mostram o caráter das pessoas. Não é à toa que estes dois chegaram aonde chegaram. Não só ajudam a todos que o cercam como também não esquecem quem os apoiou.

Deve ser difícil apontar somente um, mas para você qual é o momento, ou quais são os momentos mais marcantes em sua carreira no esporte?

Nos últimos 20 anos tive o privilégio de acompanhar de perto as menores e maiores conquistas dos grandes ídolos deste esporte. É realmente impossível escolher um momento. Nos bastidores escolheria os momentos com o Carlson, que foi a figura mais carismática e engraçada que já conheci. Mas se tivesse que escolher, em termos de eventos, teria que apontar cinco que me marcaram muito. 1º o Pride GP de 2003, onde Minotouro e Wanderlei conquistaram os dois cinturões mais importantes do MMA na mesma noite. Isso tudo com a Glória Maria lá com a gente, foi demais... Outra que me marcou foi a estréia do Vitor nocauteando Tra Telligman e Scott Ferrozo na mesma noite, eu tinha acabado de lançá-lo na Tatame como aposta do Carlson 6 meses antes... Foi muito bom acompanhar de perto o Anderson conquistando o Cinturão do UFC em cima do Rich Franklin.

Dormi no quarto do Diógenes e do Puff, ao lado do quarto do Anderson, na noite anterior. De manhã tomamos café, brincamos o Anderson fez suas imitações e ninguém reconhecia ele no hotel. Na noite depois da luta, lembro que demoramos quase 1 hora da arena até o quarto por conta dos fãs pedindo autógrafos. Foi muito legal acompanhar de perto o reconhecimento crescente a ele. Outra luta antológica que o Anderson fez que me marcou foi contra o Lee Murray em Wembley. Para mim ali nasceu o Anderson. Foi de arrepiar o cala-boca que ele deu naquele gangster.

Outro evento que me marcou muito foi o Extreme Fighting onde o Murilo empatou com o Tom Erikson, o Renzo nocauteou o Taktarov, Zé Mario e Carlão também finalizaram. Também foi

especialmente emocionante acompanhar de perto as vitórias do Werdum e Pezão sobre o Fedor. O Werdum que não bebia, tomou um porre e a gente acabou fazendo um Carnaval nas ruas de San Jose na Califórnia com mais de 40 americanos gritando o nome dele.

Mas acho que em termos de emoção, de chegar às lágrimas mesmo, nada se comparou para mim a estréia do UFC no Rio. Já estava emocionado com tudo o que representava a volta e todo o sucesso da chegada do UFC no Brasil. Quando o Minotauro nocauteou o Brendan Schaub, não tive como não lembrar do meu pai. Chorei igual criança.

Depois de muito tempo, vimos o UFC voltar ao Brasil. E agora o Ultimate vem com força total, expandindo eventos pelo país. Como você enxerga a importância do Brasil para o UFC?

Total. Na realidade o Brasil sempre foi o país mais importante do mundo do MMA em termos de fornecimento de mão de obra. Somos indiscutivelmente o maior celeiro de lutadores do mundo. Hoje, com a nossa economia forte e a Rede Globo popularizando o evento, somos também o segundo mercado consumidor do UFC e a tendência, na minha opinião, é que isso aumente nos próximos anos.

Tirando uma curiosidade dos fãs. Quais são seus ídolos no esporte?

Tive a oportunidade de acompanhar desde o começo alguns dos maiores ídolos do esporte. Por isso aprendi a respeitar cada um deles. Os fãs em casa não têm ideia de quão difícil é chegar lá em cima do octagon ou do ringue para representar o Brasil. Treinar contundido, muitas vezes sem patrocínio e ainda ter que subir no ringue e dar show.

Por tudo que vivi acompanhando esta primeira geração seria injusto apontar um, diria que todos eles são meus ídolos.

O UFC está realizando sua segunda edição do reality show, The Ultimate Fighter Brasil, neste mês de março. Como você enxerga a participação da TV aberta na expansão do MMA no país?

Acho maravilhosa a ideia de humanizar o lutador, mostrar que os atletas do MMA são profissionais que trabalham duro, tem famílias, sonhos como todos os brasileiros. Foi assim que o Dana conseguiu emplacar o esporte por lá. A nossa situação foi um pouco diferente porque aqui o esporte já estava reconhecido e na grade da Rede Globo, mas o TUF teve papel fundamental no sentido de conseguir sacramentá-lo na simpatia do povo em geral. Com o TUF atingimos um público diferente, que nunca assistiria ao UFC.

A vovó, a tia, o médico ou até aquele desempregado que estavam assistindo o Fantástico e acabaram se identificando com as histórias daqueles lutadores que viviam dramas “tão brasileiros” e lutavam para vencer na vida. Um venceu o câncer, outro chorava de saudade da filha, o outro morava na academia. Um Big Brother de gente que batalha de verdade, que não está ali para festa. Não tem como não se identificar e torcer.... Vamos torcer que esta nova edição tenha personagens tão interessantes como a primeira.

Pessoalmente fiquei muito chateado quando decidiram repentinamente só fazer o evento na categoria 77kg, quando nossos maiores talentos em potencial estão na 70kg. Espero que na próxima edição eles se organizem melhor e evitem que centenas de atletas invistam o pouco que tem em passagens para chegar aqui e descobrir que sua categoria foi cancelada.

Você e o fotógrafo japonês Susumu Nagao, lançaram recentemente um livro sobre a história do MMA, com um grande acervo de fotos históricas do esporte. Como surgiu a ideia do projeto?

Na realidade desde 2008 eu já tinha planos de escrever um livro que contasse a história do MMA privilegiando imagens. Em 2009 cheguei a viajar para Las Vegas com 5 capítulos escritos para apresentar para uma respeitada editora americana que lançou o livro do Forrest Griffin. Os caras adoraram a ideia, mas não tinham interesse em investir num formato maior que privilegiasse as imagens, então resolvi arquivar o projeto.

Em 2010 quando o Nagao veio ao Rio, decidimos juntar nossos acervos (começamos a fotografar MMA no mesmo ano, 1992, ele lá e eu cá) e fazer um banco de imagens. Assim que o banco de imagens do PVT, entrou no ar tive a ideia de fazer uma exposição: 20 anos de Luta do Vale-Tudo ao MMA.

Apresentei a ideia ao pessoal do marketing do Combate e ao Shopping Rio Sul e eles entraram como patrocinadores. O sucesso da exposição me trouxe de volta a ideia de fazer o livro, mas não só restrito a fotos minhas e do Nagao, mas que lembrasse os capítulos mais importantes da história do esporte desde o seu marco zero, ou seja, a chegada de Conde Koma ao Brasil, coincidentemente há 100 anos 1913. Daí veio a ideia de 100 anos de luta. Apresentei o projeto ao diretor de marketing do Combate, Daniel Quiroga em outubro de 2012, ele adorou.

Como eu já tinha os 5 capítulos mais antigos escritos, o trabalho maior foi mesmo de edição de texto e imagens e conseguir gráficas de boa qualidade que o rodassem no formato que eu queria pelo valor que eu podia pagar. Depois de muita batalha cheguei à Gráfica Santa Marta, uma das melhores gráficas em livros de capa dura do Brasil.

Graças a Deus no fim de dezembro de 2012, a criança nasceu e consegui realizar meu grande sonho. O mais legal de tudo foi poder trazer o Nagao e poder contar com o apoio de grandes ícones da luta nos dois eventos de lançamento na FNAC de São Paulo e Rio. Ficamos emocionados com o apoio dos grandes protagonistas deste livro, que foram lá nos dar um abraço. Nomes como Fábio Gurgel, João Alberto Barreto, Minotauro, Werdum, Zé Mario, Minotouro, Macaco, Eugênio Tadeu, Demian, Carlão, Wallid, Claudio Coelho, Pederneiras, Kyra Gracie, Cunha, Bebeo, Nikolai.

Em suma, foi emocionante. Agora no dia 25 de março (seg) vamos fazer o terceiro lançamento em outra cidade que é a cara do MMA, Curitiba. Depois do Rio, sem dúvida, a cidade mais importante na história do esporte no Brasil e onde escrevi boa parte das minhas reportagens. Vai ser bom demais reencontrar os amigos na FNAC de lá.

Hoje, temos dois campeões no UFC, Anderson Silva e José Aldo, e Renan Barão muito próximo do título. Você acredita que estes lutadores vão se manter campeões por muito tempo?

Acho que José Aldo e Anderson estão num patamar acima da média e tem tudo para se manterem campeões enquanto estiverem treinando e competindo em alto rendimento. Vejo o Aldo em início de carreira, mas não vejo o Anderson encarando esta árdua rotina de treinos por mais muito tempo. Pessoalmente se fosse ele, pararia quando acabar o contrato (tem mais duas lutas).

O Anderson não tem mais nada a provar, é o maior de todos os tempos indiscutivelmente. O MMA é um esporte muito traumático para o corpo, por mais que ele se preserve e tenha uma genética excelente, o corpo uma hora traz a conta. Queria vê-lo parando por cima. O Barão está chegando agora e, por enquanto, não vejo ninguém com potencial de vencê-lo, mas ainda não colocaria no patamar dos gênios do esporte: Anderson, Jones, GSP e Aldo.

E os novos talentos que estão chegando, você aponta algum nome que pode se tornar campeão do Ultimate?

Dos que já estão no evento, acho o Glover Teixeira uma parada duríssima para o Jones, acredito piamente que quando Belfort e Anderson se aposentarem nos próximos anos, o Ronaldo Jacaré consiga o cinturão dos médios. Demian Maia está bem próximo do title shot nos meio médios. Se continuar melhorando seu jogo em pé poderá surpreender. Dos que lutam no Brasil e podem dar trabalho, gosto muito do Toninho Fúria e aposto no futuro do Raoni Barcelos, que vem evoluindo muito na Nova União.

Fiquei chateado de não ver o Cassiano Tytschy entre os escolhidos do TUF. Sem dúvida é um dos melhores que temos no

Brasil até 77ks e merecia uma oportunidade. Não consigo entender o critério deles neste processo de seleção.

Se você puder, mande uma mensagem aos fãs do esporte e aos leitores da Gazeta Esportiva.net...

Que continuem apoiando e prestigiando o nosso esporte. Com a força desta nova geração quem sabe um dia chegaremos ao patamar de popularidade e investimentos do futebol. Depois de tudo que já passamos, não custa sonhar...

Entrevista com Toni Rodrigues, publicitário, professor universitário e professor de Aikidô
Realizada em 14/04/2016

Breve apresentação pessoal, profissional e histórico com as artes marciais

Antonio A. Rodrigues, 53 anos, publicitário e professor universitário (ESPM). Comecei minha prática com as artes marciais pelo Judô aos 12 anos com várias interrupções. Aos 17, por obra do acaso, cheguei à Capoeira Regional de Mestre Gladson de Oliveira Silva, aluno de Airton Neves Moura, por sua vez aluno de Manoel dos Reis Machado, o Mestre Bimba, criador da Regional (como diz a música). Eu procurava Karatê no DEFE da Agua Branca, mas não havia, o que havia era Boxe e Capoeira. O Boxe era apenas para maiores de 18 anos, então foi a Capoeira. Adorei aquilo durante um tempo, pouco mais de um ano, mas minha total inaptidão para a parte acrobática (paradas de mão, saltos em parafuso, quedas-de-rim, macaco, s-dobrado, chapéu de couro, etc.) comprometiam a qualidade da minha prática para o Mestre. Eu só conseguia performar a parte “marcial”, os chutes e as esquivas. A parte lúdica era um desafio intransponível para mim. O próprio Mestre me incentivou a procurar outra coisa.

Fui outra vez parar no Judô por mais dois anos, e então finalmente cheguei ao Karatê, basicamente no estilo Shotokan, com um breve flerte de pouco mais de dois meses com o estilo Wado-ryu e a volta ao Shotokan que pratiquei durante cerca de 5 anos, como aluno de vários professores, mas principalmente do já falecido Campeão Pan-americano Fabian Procópio. Eu já havia ouvido falar de Aikido há muito tempo, visto algumas reportagens na TV e lido algumas matérias na imprensa, mas era uma arte muito pouco disponível, com poucas academias e muito fechada, algo que só começou a mudar de fato nos anos 1990. Já casado, incentivei minha jovem esposa a praticar essa arte e acabamos chegando à academia de Reishin Kawai, o introdutor da arte no Brasil. Pouco tempo depois dela, eu mesmo comecei a treinar, a princípio pensando em complementar o Karatê, mas aos poucos fui percebendo que aquele era de fato meu caminho e acabei por abandonar o Karatê, sempre pensando em voltar. Como complemento pratiquei uma outra arte marcial durante dois anos, começando em 2004: a esgrima (escola francesa). No caso com florete e espada no Círculo Militar, onde as aulas de sabre não eram disponíveis.

Como você define o artista marcial?

Questão difícil, dada a miríade de artes marciais com embasamentos filosóficos, teóricos, éticos, étnicos e técnicos diferentes. Não acredito que o Monge Shaolin seja uma criatura mais elevada por conta da prática do Kung Fu do que o Capoeirista Angoleiro que pratica sua vadiagem na saída da missa

do Senhor do Bonfim nas manhãs de domingo, depois de rezar e comungar. O que os torna diferentes é a vivência como indivíduo dentro da prática e não a prática em si. As artes marciais são coisas diferentes para cada indivíduo. Há os que as escolhem como meio de vida e abraçam todos os seus conceitos, mas também há aqueles que apenas veem sua prática como algo complementar e não essencial em suas vidas. Não raras vezes encontrei gente de péssimo caráter no primeiro grupo e pessoas maravilhosas no segundo. Para não deixar de responder a sua pergunta, o faço de forma deliberadamente aberta: o que define o artista marcial é a intenção com que ele aborda a arte que pratica.

Qual foi a influência do cinema na sua opção de vida como artista marcial? Aqui procuro explorar não só a influência do cinema, mas a presença da mitologia no cinema e no dia-a-dia do ser humano

Cresci nos anos 70, então não tenho como negar a influência do cinema na minha escolha pelas Artes Marciais. Mais ainda que o cinema, eu diria a Pop Culture, pois as artes marciais estavam presentes nos filmes de James Bond, nas séries de TV como James West, Jornada nas Estrelas, Agentes da UNCLE e mais tarde com Bruce Lee no Besouro Verde (que ao contrário do que muitos pensam, aqui no Brasil só passou depois da morte de Bruce Lee, sendo que a primeira vez em que todos o vimos foi num episódio da série do Batman dos anos 60), nos quadrinhos como os da revista O Judôka, o primeiro artista marcial de que me lembro e até nos desenhos animados, como Jonny Quest, onde o tutor/guarda-costas Roger Bannon é praticante de Judô. Mas claro, tudo isso explodiu com os filmes de Bruce Lee e a série de TV Kung Fu na primeira metade dos anos 70, quando eu entrava na adolescência, e claro que isso me influenciou.

Como todos os garotos da minha época, procurei uma academia de Kung Fu e não encontrando, pois ainda eram raras em São Paulo, acabei praticando Judô, meu primeiro contato com o Budô japonês. Depois disso, por puro acaso, numa mistura de proximidade com facilidade de acesso, pratiquei a Capoeira Regional por pouco mais de um ano, depois uma volta ao Judô e um trajeto acidentado, porém consistente, no Karatê, estilos Wado e Shotokan. Daí, já maduro, para o Aikido, que conhecia de ouvir falar em reportagens na saudosa revista Kung Fu. Personagens-referência? Bem, Bruce Lee com certeza, seguido de perto Kwai Chan Kane, personagem principal da série Kung Fu e pelo Judôka, herói mascarado brasileiro dos quadrinhos, mas que chegou a ter um longa-metragem nos anos 70. Além destes, muitos lutadores de Luta-livre (uma febre na TV), particularmente um dos mocinhos, muito habilidoso, capaz de muitas acrobacias, que respondia pela alcunha de Tigre Paraguaio, mesmo sendo argentino. E não posso deixar de citar uma série maravilhosa de desenhos animados japoneses chamada

Sawamu, o demolidor, baseada num lutador de Kickbox japonês real, Tadashi Sawamura.

Como você vê a questão da arte marcial em contextos de esporte de competição?

A resposta certa para mim é “depende”. Até um certo ponto, a competição é válida como teste de habilidade técnica e atlética e você aprende muito competindo. Mas pude ver de perto como a competição é nociva às artes marciais pelo Judô e pelo Karatê, onde, em busca de pontuar para vencer, se produzem lutadores especializados em uma ou duas técnicas, que abandonam todo o repertório de suas artes em prol de um resultado positivo. Visando formar campeões, se produzem atletas que não conhecem, ou conhecem muito mal, a arte que supostamente praticam. E isso para não falar das lesões. No entanto, paradoxalmente, no esporte profissional as coisas são diferentes. Quando buscam medalhas, desaprendem a arte. Quando sobem ao ringue, aprendem o que realmente funciona.

Vale-Tudo, UFC, MMA. Pensando numa linha de evolução como "produto midiático" adequado ao mercado, como você vê a exploração das artes marciais na mídia como "espetáculo de combate"? E a questão das acusações constantes de setores da sociedade civil sobre "violência gratuita"?

Isso sempre existiu e se engana quem pensa que isso começou com as exibições de orientais em circos a partir do final do século XIX em espetáculos onde desafiavam e venciam quem quisesse se bater com eles. No próprio Oriente esse tipo de coisa não era incomum. E existe inclusive um termo chinês para uma parcela disso, não lembro do termo exato, mas traduzido seria “arte de vagabundos”, onde se realizam feitos para o público como quebramentos diversos, resistência a pancadas, arrancar pregos com os dentes etc. E lutas combinadas (onde não faltava algum sangue, mesmo sendo combinadas).

No ocidente, o mesmo se dava com o Boxe Inglês, com o Boxe Francês (LaSavate) e com o Catch-as-catch-can (primeira vertente circense da Luta-livre). No passado, jamais se cogitaria achar que o espetáculo de boxe seria um fator de influência para tornar uma sociedade mais violenta, pois a sociedade era mais violenta, violência era parte da vida de todos, desde as surras paternas na infância, os bolos de palmatórias nas escolas, as brigas de rua e assim por diante. Apenas num contexto atual, onde a dita violência deixou o cotidiano de muitos, alguém é capaz de achar que o UFC, um filme, ou um jogo, propaguem a ideia de que violência é algo aceitável, como se ela não estivesse presente na vida durante milênios e tenha sido aparentemente domada, digamos assim, nos parques últimos 100 anos de forma paulatina.

O Aikido é uma arte marcial não competitiva e que tem um DNA certamente combativo, um potencial de agressão. Você vê o Aikido como sendo uma arte marcial única, particular no sentido de ser uma arte com um sentido especial? Ou você acredita que qualquer arte marcial (ou outras) podem ser praticadas com um "sentido" similar ao que o Aikido se propõe?

Acho que o grande legado do criador do Aikido para a humanidade reside no fato de ele ter criado, ou melhor sintetizado, uma arte em que a busca pela vitória se dá apenas no plano de melhorar a performance em relação a si próprio, sem competir com outra pessoa. Isso manteve o Aikido num patamar onde o Judô e o Karatê, para falar apenas das artes japonesas, já estiveram e que se perdeu. Eram todas artes e hoje o Judô e o Karatê são esportes, tendo perdido elementos essenciais à prática sem que aqueles que os praticam e ensinam muitas vezes se deem conta disso. Mas o Aikido, como tudo mais criado por seres humanos, é falho. Muitas vezes seus praticantes mais avançados se esquecem da arte e tentam se tornar centros de culto, gurus, algo que me irrita profundamente.

Entrevista com Mário Tetto, professor de Aikidô
Realizada em 15/04/2016

Breve apresentação do entrevistado

Mário Tetto, 38 anos, professor de Aikido, atualmente 4º Dan, graduado por Christian Tissier. Experiência ministrando treinos regulares de Aikido para adultos e crianças e treinos específicos para agentes de segurança. Participação como produtor no Filme Aikido - Homenagem aos 50 anos de Aikido no BR e atuando com Diretor Geral da Associação de Aikido de Balneário Camboriú no planejamento, organização e realização de eventos de Aikido.

Como você define o artista marcial?

Classifico-me como um aluno esforçado e dedicado. Alguém que busca perguntas e respostas através do treinamento. Sou interessado pela cultura, histórias e o legado dos grandes Mestres. Busco aperfeiçoar minhas habilidades referentes à arte do Aikido, mas principalmente o meu senso crítico, minha sensibilidade e minha capacidade de comunicação.

Qual foi a influência do cinema na sua opção de vida como artista marcial? Se houve influência, como ela se manifestou ao longo da vida?

Fui uma criança que gostava do Bruce Lee. Pedi de presente ao meu pai uma revista com fotos do Bruce Lee mostrando os movimentos do Kung Fu. Esta revista é a minha mais antiga memória sobre artes marciais. Pratiquei Karatê quando criança e consumia todos os filmes de ninjas, samurais e lutas que conseguia. Meu pai foi praticante de Aikido nos anos 60 e me dizia que o Aikido era muito mais legal do que Kung Fu e Karate, mas só fui ver e me apaixonar pelo Aikido aos 11 anos, na abertura do filme “Nico, acima da lei” do ator Steven Seagal. Acredito que isso despertou o meu interesse pelas Artes Marcias, porém na adolescência pratiquei Jiu-Jitsu muito mais por influência dos meus amigos do que dos vídeos de Vale Tudo ou dos filmes de Hollywood.

Como você vê a questão da arte marcial em contextos de esporte de competição?

As competições por estilo me chamam mais atenção, gosto de lutas de boxe e algumas competições de Judô. Gosto deste combate com regras e gosto da arte marcial como esporte. Porém a minha escolha pelo Aikido foi devido a ausência de competição.

Eu não acho a competição por si só ruim. Consigo reconhecer o valor de grandes competidores que transformam a sua arte marcial em sua profissão, mantendo um caminho de disciplina e desenvolvimento pessoal.

Vale-Tudo, UFC, MMA. Pensando numa linha de evolução como "produto midiático" adequado ao mercado (o vale-tudo é o mais antigo, e menos adequado, e o MMA é o mais atual e mais adequado ao mercado), como você a exploração das artes marciais na mídia como "espetáculo de combate"? E a questão das acusações constantes de setores da sociedade civil sobre "violência gratuita"?

Realmente acho que a criação do UFC foi a solução para o MMA. Para que o Vale Tudo se tornasse um esporte era necessário criar regras, era necessário certo nível de segurança, ou nunca se tornaria um esporte. Ao mesmo tempo continua achando violento, acho que deveria ainda ser um produto de payperview ou TV por assinatura. Expor o UFC na televisão aberta, em horário nobre na Globo, colocando os vencedores como heróis nacionais não me parece a coisa mais sensata a se fazer. Acho que este tipo de espetáculo deveria permanecer disponibilizado apenas aos interessados e respeitando uma classificação etária.

Para o futuro, imagino que o UFC já possui os seus próximos desafios. Continuar criando ídolos ao mesmo tempo em que uma geração anterior se utiliza de doping e outras drogas não é nada fácil. Logo os atletas da velha guarda devem apresentar problemas de saúde como resultado de lesões e treinos muito exigentes. Pode ser que os mais jovens comecem a perceber que não é a melhor coisa do mundo se tornar um Anderson Silva ou John Jones. A partir daí imagino que o UFC irá perder todo este poder e irá se estabilizar como apenas mais um esporte e não mais a bola da vez. E talvez o Boxe, uma arte que possui regras sólidas e um nível de violência bem mais baixo que o MMA, volte a ter o seu lugar de destaque.

O Aikidô é uma arte marcial não competitiva e que tem um DNA certamente combativo, um potencial de agressão. Você vê o Aikidô como sendo uma arte marcial única, particular no sentido de ser uma arte com um sentido especial? Ou você acredita que qualquer arte marcial (ou outras) podem ser praticadas com um "sentido" similar ao que o Aikidô se propõe?

Acredito que nos dias de hoje o Aikido seja realmente uma arte marcial única, porém não mais especial do que qualquer outra. Acho que os benefícios que julgamos serem os melhores da nossa arte são, sem dúvidas, compartilhados com uma série de outras artes marciais e outras atividades físicas. Acredito que o Aikido não pode se colocar como uma arte mais especial do que outras. Justamente a ausência de competição, que nos difere, nos deixa vulneráveis. A nossa seleção de profissionais é realizada até hoje por critérios.

Área Livre - Espaço aberto para propor outros pontos, sugestões, recomendações.

O MMA é uma expressão inteligente do Vale Tudo de 20 anos atrás. No entanto, o MMA está que está perdendo algo. Atualmente, uma luta de boxe ou judô bem jogadas me dão mais prazer. O que o fez perder isso? O perfil dos heróis que tenta-se criar no MMA atualmente não tem mais tanto valor, não me parecem boas referências. Quando falamos do cinema, de caras como o Bruce Lee, do Chuck Norris, estes caras passavam uma imagem. O próprio Rickson Gracie, apesar de ter algo de muita pegada, de força e violência dos Gracie, me passavam muito valor, a referência de caras sérios. Hoje em dia, vejo que os caras não têm identidade, que tem algo estranho. Na luta do Anderson Silva, por exemplo, faltou algo, pois faltou lealdade, pois o atleta mostrou que não tinha o mordedor. Eu mesmo tive uma certa dificuldade de argumentar com meus alunos, pois fica esta coisa do “brazuca”, de se levar vantagem. Afinal, há ou não há regras?

Atualmente não é possível voltar à Luta Livre de 20 anos atrás, pois o Brasil foi criado numa cultura semi-violenta de sair na mão, a malícia de brigar por nada. Agora, hoje, isso seria impossível, pois tudo está muito nivelado. O nível de preparação físico era de atletas, veja a exceção de um cara como o Bruce Lee, os outros não mostravam isso. Hoje em dia, ninguém mais é bobo, não tem mais surpresa a mostrar.

Estou treinando um garoto que luta Boxe, Boxe competidor. A pura presença dele me faz questionar a questão marcial do que eu faço no Aikido: jogo de pernas, trabalho estático, dinâmico e aplicação. Quando faço, hoje em dia, meu treinamento, procuro diferenciar bem o que é aplicável em termos de técnica. O próprio treinamento de um Aikidoca é questionável em termos de comparar-se com um atleta de MMA. O Aikidô tem uma contribuição muito forte de atitude mental e timing. É uma forma de enxergar a perspectiva do encontro, do combate. A eficiência não está em somente dar um soco no nariz de um cara. O Mike Tyson foi nocauteado por duas mulheres. O Aikidô tem uma possibilidade muito forte para o desenvolvimento pessoal.

(Citando o artigo de Bruno Gonzalez, traduzido para o Português, em [http://aikidoaikipro.blogspot.com.br/2016/0\)2/eficiencia-artes-marciais-e-aikido.html](http://aikidoaikipro.blogspot.com.br/2016/0)2/eficiencia-artes-marciais-e-aikido.html))

E os atletas que estão por aí no MMA, vivem um momento de fama, de glória para alguns que ganham algo, mas, e como ficarão os atletas do MMA que sofreram, tiveram popularidade, não puderam construir seu futuro, e estarão com lesões? MMA/UFC, podem ganhar seu público, podem crescer, mas não poderiam passar no canal aberto. Não poderia se vender no canal aberto essas questões de doping do Anderson Silva e Vitor Belfort

falando sobre doping. Um bom cara para ser referenciado seria um Flávio Canto que trabalha na SporTV e no Canal Combate.

Os atletas são, em geral, sem referência. As influências que eu tive do cinema foram de caras que eram bons, tinham índole boa, que lutavam para não ser “do mal”, vejam caras como John Jones, envolvido com cocaína. Falando de ídolos do esporte, como Ayrton Senna e Alain Proust, vejo que haviam exemplos. Atualmente, me parece que, para vender, as entrevistas dos atletas do MMA são com um teor de educação que não poderia se perder em nenhum esporte. Em qualquer esporte deveria haver respeito aos mestres, aos mais velhos, a uma mensagem que se queira passar, a uma tradição.

O grande problema do Aikido, a meu ver, é a diferença entre a tradição e o arcaico (ver o tema no texto de Mario Tetto baseado num texto do Mário Sérgio Cortella). Eu costumo comparar o Aikido com o jogo de frescobol: não há um vencedor, mas há um da dupla que puxa o ritmo de tempos em tempos e não deixar a bolinha cair. Treinar bastante, e talvez um dia você jogue tão bem com o cara que, um dia, seja possível você jogar tênis com ele num nível técnico em parceria: pergunta, resposta, pergunta, resposta, cumprindo uma função, é um diálogo, é um treinamento, não é uma luta, um combate.

Hoje, o que penso sobre o Aikidô, é que o Uke não pode mais ser uma vítima. O Uke é um artista tão eficaz quanto você. Não é porque um ataque é simplificado que ele tem que ser mal feito. Os ataques têm que ser como de um sparing de alto nível, autêntico. O Uke, que até então tinha uma primeira intenção e dali para frente se anulava, agora tem que estar presente. Atualmente, quando meus Ukes recebem um koquiu-nage, eles têm uma conexão próxima, um nível de atenção próximo e com uma conexão ligada em cada momento.

O que o Tissier Sensei criou e o Bruno Gonzalez está aperfeiçoando é este sentido de que você tem que dar condições de que seu parceiro (UKe) não seja uma vítima. Isto não é uma exclusividade do Tissier e o Bruno, há muitos Senseis de alto grau excelentes no Japão e mundo afora que têm esta visão, mas há um foco, uma intenção mais clara por parte do Tissier Sensei e Bruno Gonzalez.

“O Aikidô foi feito para limar os gigantes”.

Musubi: capacidade de permanecer em contato sem perder suas habilidades naturais; se você tem um norte de cada técnica, você sabe o que pode virar. Você é capaz de olhar para o cara e saber o que fazer;

Arte Marcial e Aplicação:

A Arte marcial é um conceito, um acordo que leva ao desenvolvimento de uma habilidade. No Aikido, você se propõe a receber diversas informações, a executar diversos movimentos para treinar seu corpo e mente, para adquirir uma técnica de base. Mas a técnica de base não é a aplicação em si.

A Aplicação é outra questão: a aplicação é para 10% do dojo, e a regra número 1, se fossemos fazer, “como vou fazer uma aplicação respeitando a integridade física do parceiro”. A aplicação, para mim, é a relação da arte, do conceito artístico do Aikido (comparações com a arte, círculo, quadrado, triângulo), e ainda não está relacionado ao conceito de eficiência. A eficiência já é outra questão. Como exemplo, o Shiho Nage de Ueshiba Sensei,

O que um praticante de Aikido busca em outro dojo?

Trabalho estático, trabalho dinâmico, exercícios e aplicação. O praticante não sabe dizer, mas num outro dojo ele pode ver algo diferente que ele desenvolve uma outra habilidade. Não é melhor nem pior, mas ele vai encontrar algo que é diferente, que o oferece algo diferente. Até mesmo o lado emocional. E a amizade.

**Entrevista com Fernando Amaral, professor de Jiu-Jitsu,
Judô e Educação Física
Realizada em 10/04/2016**

Descrição pessoal, profissional e histórico com as artes marciais

Fernando do Amaral Lima, formado em Processamento de Dados pela Universidade São Marcos em 1999, graduando em Educação Física pela Universidade Anhanguera. Assistente do curso de Educação Física - Universidade Anhanguera – SBC.

Professor de Jiu Jitsu – Fernando Amaral BJJ Dojo – SBC;

Professor de Judô – Colégio São Carlos – SBC;

Professor de Educação Física – Escola PROBEI.

Formação nas artes marciais:

Faixa Preta 1º grau de Jiu Jitsu;

Faixa Marrom de Judô.

Iniciei ainda criança no Judô, treinei até os 13 anos onde me graduei faixa roxa, parei de treinar ficando até o ano 2000 sem praticar arte marcial. Em 2000 conheci o Jiu-Jitsu através de amigos, meio contrariado fui fazer a primeira aula e desde então não parei mais.

Em 2006 iniciei como instrutor, dando aulas auxiliando meu sensei;

Em 2011 fui promovido a faixa preta e em 2014 a 1º grau;

Em 2012 voltei a treinar judô sendo promovido a faixa marrom;

Em 2014 inaugurei meu dojo e desde então ministro aulas de Jiu Jitsu somente no dojo.

Como você define "o artista marcial"?

O artista marcial na minha concepção tem que ser alguém além do comum, tem que viver, seguir e cumprir os preceitos filosóficos da arte em que prática.

Deve ser exemplo para os menos graduados, deve respeitar a todos, deve ser alguém diferenciado.

Qual foi a influência do cinema na sua opção de vida como artista marcial? Se houve influência, como ela se manifestou ao longo da vida? Se possível, você poderia citar exemplos de indivíduos, personagens ou conceitos que lhe serviram de referência?

(Esclarecimento: aqui procuro explorar não só a influência do cinema, mas a presença da mitologia no cinema e no dia-a-dia do ser humano, mesmo de forma não explícita)

O cinema teve uma pequena influência, com os filmes do Bruce Lee e Jean Claude Van Damme, mas a minha escolha veio

definitivamente na fase adulta, por isso que a influência não foi significativa.

Como você vê a questão da arte marcial em contextos de esporte de competição? (Esta pergunta tenta explorar as críticas que diversos artistas marciais fazem ao "esporte marcial" como perda de combatividade, de "alma marcial", pelo fato de o "atleta" passar a ter foco na "medalha").

É nítido, de fato, que a arte marcial vem perdendo sua essência, uma vez que foi inserido no contexto competitivo. Se formos definir o esporte de competição, o objetivo principal é o resultado, a vitória, a tão sonhada medalha.

Hoje temos para a mesma arte marcial duas vertentes, a da sua essência e outra apenas competitiva, essa não podendo ser definida como arte marcial, mas como esporte.

Em alguns casos as regras mudam anualmente, para atrair o público e também por influência da mídia.

Vale-Tudo, UFC. MMA. Pensando numa linha de evolução como "produto midiático" adequado ao mercado (o vale-tudo é o mais antigo, e menos adequado, e o MMA é o mais atual e mais adequado ao mercado), como você a exploração das artes marciais na mídia como "espetáculo de combate"? E a questão das acusações constantes de setores da sociedade civil sobre "violência gratuita"?

O antigo Vale Tudo era praticado com poucas regras, equipamentos de proteção, bem primitivo. Hoje o MMA é um esporte, com regras, divisão de pesos e com classificação, porém por influência da mídia a cada dia vem se adaptando ao público em geral.

Hoje em dia os amantes das lutas não são apenas praticantes de artes marciais, temos muitas mulheres e crianças, sendo assim inviável deixar o esporte nos moldes antigos, de modo que quando um atleta se lesiona e o sangue fica evidente a câmera tira o foco, mostrando imagens do público ou do outro competidor.

Em relação ao público que ainda julga o esporte como violência gratuita creio que seja ainda por influência do antigo Vale Tudo e por situações isoladas de violências noticiadas pela mídia.

O Jiu-Jitsu Brasileiro foi fortemente influenciado pela forma como foi aprendido pelos Gracie, e depois divulgado, transformado e influenciado pela família Gracie e seus descendentes e seguidores que conseguiram criar e manter um produto de mercado global. Mesmo pela força da cultura brasileira houve uma forte influência no mundo das artes marciais, no Brasil e no mundo. Este impacto parece ter se mostrado tanto no mundo particular das artes marciais

tradicionais como no mercado mais lucrativo do MMA. Como você vê este fenômeno?

O Jiu Jitsu arte marcial foi o “pai” de algumas artes marciais tais como: Karatê, Judô, Hapikido entre outras. Ao chegar no Brasil teve algumas modificações porque um dos irmãos Gracie era muito fraco e franzino então desenvolveu um sistema de alavancas, usando a força do oponente contra ele mesmo.

O Jiu Jitsu teve seu reconhecimento devido a sua grande eficiência, onde um sujeito fraco, franzino conseguia derrotar adversários grandes e fortes. Por ser uma luta onde em sua maioria se dá no solo, por si só se destacava das lutas de contato, que quando o adversário fosse ao solo a luta se encerraria.

Com a criação do UFC nos EUA foi disseminado para o mundo, pois todos queriam entender aquele fenômeno, onde os fracos venciam os fortes. Com isso teve essa alta popularidade e hoje é a luta mais praticada no Brasil e no mundo.

Área Livre - Espaço aberto para propor outros pontos, sugestões, recomendações

Creio que a mídia devia usar a sua grande influência para popularizar as artes marciais, pois já está provado que as lutas influenciam tanto no aspecto motor, como cognitivo e sócio afetivo, além de auxiliar na formação do caráter da criança.

Hoje temos grandes eventos de lutas que arrecadam alimentos para doação a instituições de caridade que não são divulgados, mas em contrapartida quando há um caso isolado de briga a mídia corre para retratar tal fato.

Temos um mercado amplo nas artes marciais, porém infelizmente ainda temos poucos profissionais realmente qualificados, creio que as confederações, federações deveriam fiscalizar ativamente, para que o esporte cresça com responsabilidade e não desordenado como vem acontecendo.