

O MMA no Brasil: um panorama da modalidade

Fernanda de Alvarenga Miranda *

Centro Universitário Una – Belo Horizonte

Resumo: Este artigo propõe a discussão a respeito do crescimento e problemas do *Mixed Martial Arts*, o MMA, no Brasil. Ao longo do trabalho, vamos abordar as principais dificuldades enfrentadas por atletas, fãs e promotores de eventos da modalidade no país, bem como sugerir novas idéias que poderão contribuir para a popularização do esporte no Brasil. Além disso, este trabalho também busca mostrar como o MMA pode ser um campo importante para o jornalismo esportivo, já que está em crescimento e pode gerar mais empregos para o profissional da área. Para a coleta de dados, foram realizadas pesquisas qualitativas e quantitativas com atletas, fãs e promotor de eventos, a fim de identificar as carências de cada um deles no universo do MMA brasileiro.

Palavras-chave: MMA, Brasil, Jornalismo Esportivo.

Abstract: This article proposes the discussion about the growth and the problems in the Brazilian Mixed Martial Arts, the MMA. In this work, we will discuss the main difficulties that the athletes, fans and those who promote the sport's events in the country must deal with, as well as suggest new ideas that can contribute to the popularization of Mixed Martial Arts in Brazil. Besides, this article tries to show that the MMA may be important to sports journalism, since the sport's growth can generate new jobs for professionals of the field. To collect the data, interviews with athletes, fans and promoters were performed, in order to identify the needs of each one of them in the universe of Brazilian MMA.

Keywords: MMA, Brazil, Sports Journalism.

Introdução

O MMA (ou Artes Marciais Mistas) vem crescendo e ganhando adeptos no Brasil. Prova disso, é a realização do *Ultimate Fighting Championship* (UFC), maior evento da modalidade no mundo, em agosto deste ano no país.

No entanto, o esporte é pouco estudado e ainda pouco explorado por aqui. Emissoras de TV, patrocinadores e grandes empresários não aproveitam o potencial do esporte no Brasil. O

* Pós-graduada em Jornalismo Esportivo

público do MMA poderia crescer bastante se quisessémos, afinal, um evento do esporte não se limita às lutas, sendo transformado, de fato, em um espetáculo.

Já é possível ver alguns passos nessa direção. Eventos de MMA já acontecem em algumas cidades brasileiras. Temos ídolos brasileiros entre os campeões do UFC e a venda de *Pay Per View* tem aumentado consideravelmente nos últimos anos. Infelizmente, o esporte só está acessível a um público restrito. Os eventos só têm transmissão direta em Tv paga, que também contam com programas dedicados ao esporte em sua grade de programação. Isso também está começando a mudar: a RedeTv, emissora de tv aberta, criou um programa exibido aos sábados a noite, onde repercute e reprisa lutas do UFC. Já é um passo em direção à popularização do MMA.

Este estudo busca colaborar para um melhor conhecimento e entendimento da modalidade e da realidade dos atletas e demais envolvidos com o esporte no Brasil, além de apontar possibilidades de exploração do esporte no país.

1. *Mixed Martial Arts* - MMA

1.1. História e evolução

O MMA, anteriormente denominado “vale tudo”, segundo Mayeda e Ching (2008, p. 9), é “um estilo de combate entre dois oponentes no qual várias modalidades de lutas são usadas de maneira altamente estratégica”. O autor define o esporte de combate como sendo aquele que coloca dois oponentes frente a frente, tendo como premissa o contato físico.

O MMA moderno ganhou popularidade no início dos anos de 1990 com o fenômeno do *Ultimate Fighting Championship*, evento que buscava colocar atletas de várias modalidades, como o Jiu Jitsu, o Boxe, o Muay Thai¹, o Karatê, o *Wrestling*², entre outras artes marciais, para ver qual seria a mais eficiente em uma situação real de combate. (ALVES; MARIANO, 2008).

Ainda segundo Alves e Mariano:

A origem dos eventos modernos data dos anos 20, com os campeonatos de Vale-Tudo promovidos pela família Gracie no Brasil, e posteriormente com os eventos promovidos por Antonio Ioki nos anos 70, no Japão. A idéia de misturar várias técnicas de combate em um único torneio ganhou popularidade no final dos anos 60 e início dos 70, com o aparecimento de Bruce Lee, cujas técnicas misturavam vários estilos de artes marciais. O esporte ganhou fama internacional nos Estados Unidos, em 1993, quando o lutador brasileiro de Jiu Jitsu Royce Gracie conquistou o *Ultimate Fighting Championship*, causando uma verdadeira revolução nas artes marciais [...] (2008, p. 9).

Nas primeiras edições do UFC, quase não havia regras, tampouco divisão dos lutadores por peso, o que botava em risco a segurança dos atletas e marginalizava o esporte. O evento, que

era transmitido na tv a cabo, foi perdendo audiência e patrocinadores, além de receber várias críticas da imprensa devido à violência. Por esses motivos, o evento reformulou suas regras para se tornar mais socialmente aceitável e se distanciar da idéia do vale tudo, incorporando uma série de regras (MAYEDA; CHING, 2008).

Segundo Elias, a tensão e a excitação pelo resultado no esporte prende a atenção dos expectadores e dos participantes, mas, em excesso, isso pode trazer repugnância e repulsão, o que foi observado nos primórdios do evento. Ele ainda afirma que:

(...) A forma popular de luta so assumiu as características de um desporto quando se verificou a conjugação entre o desenvolvimento de maior diferenciação e, de certo modo, de formas mais estritas de um conjunto de regras, e o aumento de protecção dos jogadores quanto aos graves danos que podiam advir dos confrontos (1985:42).

Segundo Pellanda *et. al.*,

O MMA passa por um processo de desportivização, no qual existe a preocupação de institucionalizar uma série de regras, nas quais a divisão da luta por assaltos cronometrados, a separação dos lutadores por peso, a interrupção da luta quando o árbitro percebe que um dos lutadores não tem mais condições de prosseguir na luta, a declaração de um vencedor por pontos e a proibição de certos golpes (2008:4).

Este processo passou, inclusive pela mudança no nome da modalidade, que agora é chamada de *Mixed Martial Arts* (Artes Marciais Mistas) (MAYEDA; CHING, 2008). Hoje o MMA é “o esporte de luta que mais cresce no mundo” (Informação Verbal)³. O público dos eventos da modalidade vem aumentando muito, a venda de *pay per view*⁴ cresce exponencialmente e os atletas estão aparecendo cada vez mais na mídia. (MATOS, 2010). Grande parte do sucesso da modalidade hoje é de responsabilidade do UFC, evento que está intimamente ligado ao surgimento do MMA nos Estados Unidos (MAYEDA; CHING, 2008).

1.1.2 O UFC

O *Ultimate Fighting Championship* é uma organização estado unidense, baseada em Las Vegas e considerada, atualmente, a maior promotora de MMA do mundo. (ALVES; MARIANO, 2008). O evento surgiu em 1993 e foi concebido pelo brasileiro Rorion Gracie, vindo de uma família tradicional de lutadores que desenvolveram um estilo próprio de Jiu Jitsu, e Art Davie, um executivo da área de propaganda da Califórnia. A ideia era que lutadores de diferentes modalidades se enfrentassem para que pudessem avaliar qual arte marcial era a mais eficiente e completa (ALVES; MARIANO, 2008).

As lutas já eram disputadas em um octógono, “[...] uma jaula octogonal de 9,5m de diâmetro, onde as cordas são substituídas por uma grade de 1,67m a 1,72m de altura. O octógono fica suspenso em uma plataforma a 1,2m de altura em relação ao piso do local” (MMA Brasil). Havia poucas regras, não havia juízes nem divisão dos lutadores por peso. Além disso, poucos equipamentos para a proteção do atleta eram usados (MAYEDA; CHING, 2008). Os autores ainda afirmam que esta falta de regulamentação causou uma grande rejeição do evento na mídia e na sociedade, além de grande pressão política pedindo o fim do UFC. Em 1997, o evento foi cortado da tv a cabo e do *pay per view*.

Ainda segundo Mayeda (2008), “[...] no mesmo ano [1997], uma organização de MMA rival surgia no Japão – o Pride FC, que se tornaria o principal rival internacional do UFC” (p. 14).⁵ Com isso, os idealizadores do UFC criaram mais regras e lutaram para conseguir regularizar o esporte nos Estados Unidos e melhorar a imagem do evento. No início de 2001, os irmãos Frank e Lorenzo Fertitta, executivos de cassinos em Las Vegas e o então promotor de boxe e atual presidente do UFC, Dana White, compraram a marca por dois milhões de dólares, fundando a Zuffa, LLC, nome da companhia detentora do evento. (ALVES; MARIANO, 2008). Quando os novos donos assumiram o comando do UFC, a situação financeira era difícil e o evento dava muito prejuízo aos três. Aos poucos, eles conseguiram a regulamentação do esporte em vários estados dos Estados Unidos, além de recuperar uma vaga na grade de programação da tv fechada. O evento voltou a ser bem-sucedido e, em 2005, a Zuffa criou o primeiro de muitos subprodutos⁶ do UFC: o reality show *The Ultimate Fighter* (TUF). O programa selecionava 16 aspirantes a lutadores de MMA e os alojava em uma casa “[...] sem televisão ou telefone onde eles iam competir a cada semana pela chance de obter um contrato lucrativo com o UFC. [...] O reality show foi sucesso instantâneo entre homens dos 18 aos 35 anos.” (CHING; MAYEDA, 2008:15).⁷

Com a crescente visibilidade, os números relativos às vendas do *pay-per-view* do UFC explodiram. O UFC 52, o primeiro evento a ser realizado após o lançamento da primeira temporada do *Ultimate Fighter*, atraiu a atenção de nada menos do que duzentos e oitenta mil espectadores, quase o dobro do recorde de audiência anterior, de cento e cinquenta mil, no UFC 40. [...] O UFC continuou sua rápida ascensão de “produção quase desconhecida” em 2005 para as capas das revistas *Sports Illustrated* e *ESPN The Magazine*, em maio de 2007. (ALVES; MARIANO, 2008:31)

O TUF contribuiu muito para o crescimento do MMA em 2005, nos Estados Unidos. Enquanto isso, no Japão, o Pride já era um evento muito grande. Isso abriu espaço para o surgimento de outros eventos importantes como o *World Extreme Cagefighting* (WEC), *Strikeforce*, *Elite Extreme Combat*, entre outros. (CHING; MAYEDA, 2008)

Em 2007, o UFC comprou o *Pride FC*, se consagrando como a principal organização de MMA do mundo (CHING; MAYEDA, 2008). Mais recentemente, “O Ultimate Fighting Championship comprou o Strikeforce e, assim como fez com Pride e WEC, trouxe para o poderio da Zuffa mais um concorrente que poderia ameaçar o domínio.” (OZÓRIO, 2011). Hoje, a marca UFC está avaliada em 1 bilhão e 200 milhões de dólares, tendo crescido 60.000% desde que a Zuffa comprou o evento, em 2001 (Informação Verbal).⁸

Segundo o presidente do UFC Dana White, o evento:

[...] Está em 500 milhões de casas, em 175 países diferentes. Somos bem grandes agora. Eu vislumbro algo maior. Estamos trabalhando em dois negócios no momento e nos próximos meses estou confiante que estaremos na televisão de mais de um bilhão de casas no mundo todo.⁹

1.2 MMA no Brasil

Um dos países em que o UFC está presente é o Brasil. A edição 134 do evento será realizada no Rio de Janeiro no dia 27 de agosto deste ano (Redação UOL, 2010). A venda dos 14 mil ingressos colocados à disposição começou no dia 17 de junho de 2011, às 23h30min e acabaram em 1 hora e 20 minutos após o início da comercialização. Os preços variaram de R\$ 275, o valor mais baixo, a R\$ 1.600. (Globoesporte.com, 2011).

“O MMA é o esporte que mais cresce no mundo. E no Brasil não é diferente. Apesar de não ter nem a metade da repercussão que tem nos Estados Unidos, por exemplo, o esporte vai conquistando seu espaço e cada vez mais tem fãs” (LAVIERI, 2011). No entanto, ídolos brasileiros do MMA só passaram a ser reconhecidos recentemente no Brasil, devido a maior exposição na mídia. São histórias de sucesso de atletas como Anderson Silva, Vitor Belfort, e grandes lutadores nascidos no país que podem alavancar o sucesso do MMA. (BARBOZA, 2011)

“Ter brasileiros disputando títulos é fundamental. Isso chama a atenção do país. O UFC está crescendo e deve crescer ainda mais no Brasil [...]” (SILVA, 2011 *apud* BARBOZA, 2011). Mesmo com isso:

[...] O mercado de lutas ainda não foi suficientemente explorado pelo empresariado brasileiro. Até pouco tempo, as empresas mantinham a guarda alta para qualquer evento que pudesse associar suas marcas a uma imagem de violência. No entanto, o aumento significativo de interessados pelo tema, o grande número de lutadores brasileiros nos ringues internacionais e principalmente a associação da prática das artes marciais com a adoção de uma vida saudável têm mudado esse panorama. (PRETORIAN, 2011)

Isso tem levado alguns empresários brasileiros a promoverem eventos no país. No entanto,

Apesar de ser um dos maiores celeiros de lutadores do mundo, o Brasil ainda sofre para realizar grandes torneios de MMA em seu território. Organizadores e promotores penam com a falta de apoio e comemoram quando seus shows duram mais de duas ou três edições. (UOL ESPORTE, 2011)

Os eventos nacionais têm trazido atletas renomados e têm aparecido na mídia especializada e, em menor escala, na mídia de massa. Mas só isso não basta para produzirem eventos como os que são produzidos nos Estados Unidos e no Japão (OLIVEIRA, 2010).

É indiscutível que a modalidade está ganhando projeção no país. Academias e escolas de artes marciais têm registrado um aumento substancial no número de alunos interessados em praticar o MMA (MENEZES, 2011). Apesar disso, o Brasil perde muitos atletas para o exterior:

Com a dificuldade em obter apoio e patrocínio, a maioria dos atletas [...] acaba indo para outros países, como os Estados Unidos ou Japão, onde são respeitados e recebem salários polpudos para treinar e se preparar para as competições. Mas a maioria não tem a oportunidade de chegar lá. Até ganhar projeção e ser convidado para torneios fora, é preciso bancar muita luta do bolso (MENEZES, 2011).

Essa falta de patrocínio também faz com que o atleta tenha que arrumar um emprego, impedindo-o de se dedicar integralmente ao esporte (ACÁCIO, 2011 *apud* PORTAL CTEA, 2011).

1.3 MMA na Mídia

Apesar dos diversos atletas de destaque, o MMA ainda sofre com a falta de exposição no país. (Lavieri, 2010). No entanto, “a falta de exposição é questão de tempo e [...], em breve, os lutadores devem ganhar espaço com maior frequência na mídia em geral”. (GARCIA, 2010 *apud* LAVIERI, 2010).

Isso já é realidade. Os principais lutadores brasileiros já estão nas capas de revistas não-especializadas e participam de programas de televisão populares como o Faustão, da Rede Globo de Televisão, que já recebeu Vitor Belfort e Anderson Silva. (GARCIA, 2010 *apud* LAVIERI, 2010). Bourdieu explica a conquista desse espaço pelos atletas nessa mídia:

Pelo fato de que cada televisão nacional dá tanto mais espaço a um atleta ou a uma prática esportiva quanto mais eles forem capazes de satisfazer o orgulho nacional ou nacionalista, a representação televisiva, embora apareça como um simples registro, transforma a competição esportiva entre atletas originários de todo o universo em um confronto entre os campeões (no sentido de combatentes devidamente delegados) de diferentes nações (1997:123-124).

O MMA vem conquistando um espaço importante na imprensa. (GARCIA, 2010 *apud* LAVIERI, 2010). “Na TV paga do Brasil, o vale-tudo é, além do futebol, o único esporte com um canal específico: o Premiere Combate. A assinatura custa R\$ 45. Elton Simões, diretor do canal, afirma que a receita é de R\$ 1 milhão mensal” (ZORZANELLI, 2008).

O número de assinaturas do Combate também vem crescendo muito: nos últimos dois anos, o público quadruplicou, passando de 20 mil para 80 mil assinantes. (KAZ, 2010). O canal fechado Sportv também possui programas de artes marciais que abordam o MMA e transmitem algumas edições do UFC ao vivo. (Sportv.com, 2010)

Em 2008, o MMA chegou à tv aberta, quando a RedeTV! Comprou um pacote de lutas antigas do UFC. Por força de contrato, a emissora só pode reprisar o evento algum tempo depois de sua realização. (LAVIERI, 2010).

Ainda assim, a força comercial do esporte é grande: “No time de anunciantes do UFC Sem Limites – programa da emissora que transmite as lutas –, há uma petrolífera, uma cadeia de fast food, uma empresa de telefonia móvel e uma tubaína marcas não necessariamente associadas à troca de surras”. (KAZ, 2010). Hoje, “a atração ocupa o quarto lugar em termos de share (porcentagem de televisores ligados no horário) na RedeTV!. Fica atrás do "Pânico", da reprise do "Pânico" e do "Dr. Hollywood" (KAZ, 2010).

A emissora irá transmitir, ao vivo, o UFC Rio. Será a primeira vez que a Tv aberta transmitirá, integralmente, um evento de MMA em tempo real no Brasil. (MARTINS, 2011). Os atletas da modalidade passaram a ter mais espaço também em outras emissoras, sendo convidados a participarem de programas com audiência significativa: “Em abril, Faustão abriu 17 minutos de seu dominical para conversar com Anderson Silva. Em setembro, Silva voltou à TV para participar do programa "Legendários", da Record. No mesmo mês, o lutador Rodrigo Minotauro foi entrevistado no "CQC", da Band. (KAZ, 2010)

Isso toma uma importância maior se analisada sob a ótica de Bourdieu, que acredita que:

(...) Há uma proporção muito importante de pessoas que não lêem nenhum jornal; que estão devotadas de corpo e alma à televisão como fonte única de informação. A televisão tem uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população (1997:23).

O esporte conquistou um espaço que não tinha antes:

Que no Brasil [*o MMA*] está cada vez mais reconhecido como um esporte, é o fruto do trabalho de todos nós, e aí envolve as diversas equipes, nós das mídias especializadas e todos que sabem, conhecem, praticam e defendem. Vivemos em uma nova era onde a grande mídia já está curvada. E quando digo a grande mídia, me refiro principalmente aos grandes portais de notícias que noticiaram com grande destaque a luta: Terra, UOL, Globo, etc.

No Twitter, na madrugada de sábado para domingo, todos os tópicos do “Trending Topics” (assuntos mais comentados) se referiam ao UFC. (VALLE, 2011).

Além disso, ainda existem algumas revistas especializadas em artes marciais, o MMA incluso, e diversos sites na internet, que contribuem para a difusão do esporte entre os fãs brasileiros (TORRES, 2010 *apud* Portal UNIMUSASHI, 2010).

2. Procedimentos Metodológicos

Esta pesquisa é de natureza exploratória, ou seja, tem o objetivo de tornar o problema explícito. A pesquisa foi tanto quantitativa quanto qualitativa. Neste trabalho, um questionário com perguntas abertas e fechadas foi respondido por 152 fãs de MMA pela internet. Também foram realizadas, pessoalmente, entrevistas com 10 atletas da modalidade e com um organizador e realizador de eventos de MMA.

3. Análise de Dados

Os dados levantados através das entrevistas permitem que um perfil dos fãs de MMA e dos atletas seja traçado, assim como possibilitam a identificação de alguns problemas que prejudicam o crescimento do esporte no Brasil.

3.1. Fãs de MMA

Através dos dados coletados nos questionários respondidos pelos 152 fãs de MMA, foi constatado que 95% dos entrevistados são do sexo masculino. A pesquisa também indicou que a modalidade é mais popular entre fãs na faixa etária de 18 a 24 anos (62,5% dos entrevistados), seguidos daqueles com idade entre 25 e 31 anos (15,78%) e até 17 anos (15,13%). 5,92% dos entrevistados têm entre 32 e 39 anos e 0,65% dos entrevistados tinham 40 anos ou mais.

Entre os entrevistados, 25% possui ensino superior completo e 61% estão cursando o 3º grau. Dos entrevistados com ensino médio ou técnico, 28% ainda estão cursando e 17% já concluíram o curso. 3,28% dos entrevistados fizeram uma pós-graduação ou MBA, 1,31% fizeram um mestrado ou doutorado e 0,65% estão cursando o ensino fundamental.

Quanto à renda familiar total, 38% somam entre R\$ 2.040 e R\$ 5.100 mensalmente. A renda de 30% dos entrevistados está entre R\$ 1.020 e R\$ 2.040, de 18%, entre R\$ 5.100 e R\$ 10.200, 9% somam um valor acima de R\$ 10.200 e 5% até R\$ 1.020.

Os fãs alegaram diferentes razões que os levaram a acompanhar o MMA, mas 19,73% dos entrevistados sofreram a influência de amigos ou familiares. Outra razão citada por 32% dos entrevistados foi a admiração por artes marciais. 15,78% já tinham um envolvimento prévio com as artes marciais, praticavam outra modalidade de luta e 13,15% começaram a acompanhar o MMA por admirar algum atleta. A televisão e a internet disponibilizando imagens de lutas foram o fator determinante para 9,21% dos entrevistados e 1,97% dos fãs começaram a acompanhar a modalidade devido a um jogo de videogame lançado pelo UFC, um de seus subprodutos. 3,28% dos entrevistados afirmaram que o fator determinante foi gostarem de brigar e 15,78% não souberam responder a pergunta.

Quando perguntados sobre todas as formas utilizadas para assistirem aos eventos de MMA, 87% responderam assistir através da tv fechada (tv a cabo), a mesma porcentagem de pessoas que afirmaram acompanhar pela internet. 13,15% dos fãs vai à casa de amigos para assistir e 11,18% assistem pelo *pay per view*, tv paga. Outros meios citados foram: ir a bares que transmitem (7,23%), tv aberta (4,6%) e ver ao vivo, indo aos eventos (3,28%).

Apenas 13,81% dos entrevistados não acessam sites especializados em MMA. Os fãs que acessam, citaram o nome de cerca de 30 sites, que são populares entre eles.

O UFC é o evento mais assistido pelos fãs, 93,3% dos entrevistados assistem. O Strikeforce é o segundo evento mais assistido, sendo visto por 69,73% das pessoas entrevistadas. Entre os eventos internacionais, foram citados também o Bellator (19,73%), Dream (14,47%), K-1 (11,84%), Shotoo (11,84%) e reprises de eventos instintos, como o Pride (7,23%). Entre os eventos nacionais, o mais popular é o Jungle Fight, assistido por 48,68% dos entrevistados. O segundo mais citado foi o Bitetti Combat, assistido por 11,84% dos fãs. O Win Fight and Entertainment é visto por 9,86% dos entrevistados, seguido do Brasil Fight MMA citado por 7,86% dos entrevistados.

Entre os fãs que acompanham os eventos nacionais, quase 56% dos entrevistados, pouco mais de 27% reclamaram da infraestrutura e organização das competições brasileiras. A falta de apoio da mídia e a divulgação precária é um problema apontado por 17,64% dos entrevistados. 15,29% dos fãs disseram que faltam bons patrocínios e 12,94% apontaram a falta de profissionalização e o valor das bolsas em dinheiro pagas aos atletas. O valor é considerado muito baixo. Outras reclamações foram: o nível técnico dos atletas, considerado baixo por 10,58% dos entrevistados, o preço dos ingressos, considerado alto para 2,35% dos entrevistados e o nível dos juízes, considerado baixo para 2,35% dos fãs. 4,7% dos entrevistados acreditam que os eventos nacionais não precisam melhorar. 45,88% dos entrevistados não souberam responder. Entre os 44% de fãs da modalidade que não assistem às competições organizadas e realizadas no Brasil, 20,89% alegaram não o fazer, principalmente, pelo baixo nível técnico dos atletas e das lutas, seguido da falta de divulgação (16,88%). Outro fator citado foi o fato de não passar em Tv aberta, reclamação de 14,92% dos entrevistados. Ainda foi apontado: baixa infraestrutura e falta de organização (13,46%), falta de interesse ou empolgação (17,91%), cobertura ruim (5,97%) e amadorismo (2,98%). 11,94% dos entrevistados não souberam responder.

Entre os entrevistados, 63,15% pratica ou já praticou alguma arte marcial e 56,25% começou a praticar depois que passou a assistir a eventos de MMA.

3.2. Atletas de MMA

Dentre os 10 atletas entrevistados, oito têm entre 31 e 36 anos, e os outros dois estão na faixa etária dos 18 aos 24 anos. Estes dois lutadores são os únicos que lutam há menos de 10 anos. Dois dos atletas completaram o terceiro grau, e a escolaridade dos outros entrevistados é segundo grau completo. Todos começaram a lutar por influência de algum amigo ou familiar.

Dois deles assumiram ter começado a lutar por gostarem de brigar, como relatou o atleta Roberto Pereira:

A verdade é que eu sempre fui um cara muito brigão [...]. Um belo dia em que eu briguei com um lutador de Tae kwon Do [...]. Isso aí me chamou a atenção porque eu era muito briguento, muito bagunceiro, aí fui para a capoeira achando que era o suficiente. [...] Chegando na capoeira, vi que o lado da luta não tem nada a ver com violência. E o engraçado é que eu migrei da rua para a luta visando a briga e hoje eu virei lutador, sou lutador e vi que a luta não tem nada a ver com violência, com briga de rua. (Informação Verbal, 2011)

Entre os entrevistados, quatro deles começaram a praticar artes marciais no judô, quatro no jiu jitsu, um no muay thai e um na capoeira. Quando perguntados sobre a razão de terem

migrado para o MMA, quatro atletas responderam que é pelo novo desafio e para testar as habilidades deles. Três responderam que era pela novidade e crescimento da modalidade. Dois atletas afirmaram ter começado a lutar por gostarem de MMA e desejarem se dedicar à modalidade e um deles afirmou que migrou para o MMA porque a premiação é em dinheiro, diferente do jiu jitsu, modalidade que praticava antes.

Quando perguntados a respeito do objetivo no MMA, dois afirmaram que desejam montar uma equipe para competir. Quatro atletas querem fazer lutas no exterior, onde os atletas são mais bem remunerados e, destes três, dois afirmaram que querem chegar a competir no UFC. Dois deles querem continuar fazendo lutas no Brasil mesmo, sem muitos planos para o futuro. Um entrevistado afirmou que, por enquanto, quer investir mais em aulas, porque consegue ganhar mais dinheiro ensinando do que competindo. Um atleta respondeu que, hoje, compete por hobby, porque tem outro emprego estável.

Quando perguntados a respeito das deficiências dos eventos nacionais de MMA e o que ainda deveria melhorar, a reclamação de nove dos 10 atletas foi a bolsa, a remuneração pela luta. Segundo o atleta Mauro Cardoso,

As bolsas que são pagas nos eventos hoje são valores ridículos, não paga nem o treinamento mensal de um atleta, quem dirá cinco meses de preparação para um evento. Você vai lutar, correndo o risco de sair dali todo quebrado - e você não tem nem condições de pagar um plano de saúde - para ganhar 1000 reais. É surreal (Informação Verbal, 2011).

O lutador Roberto Pereira também criticou o valor pago pelos promotores:

Para preparar legal para lutar MMA, você precisa na faixa de R\$ 1,500 a R\$ 2.000 para fazer uma preparação. Às vezes, você está lutando por uma bolsa de R\$1000. Aí você vai falar: 'ah, eu preciso de uma bolsa maior, porque minha preparação é cara e aparecem alguns atletas que lutam por 300, 400 reais. Aí o cara entra totalmente fora de forma. Eu acho que o evento tem que valorizar o atleta para poder exigir esse nível de preparação para o próprio evento. (Informação Verbal, 2011)

Outra reclamação feita por três dos 10 atletas é a falta de fiscalização nos eventos e a não-profissionalização:

Em todo evento de MMA se pede um exame de HIV [...], mas não se cobra dos lutadores. Todo contrato tem falando tudo, mas chega lá na hora mesmo o cara não recolhe o exame. Então, por exemplo, as lutas que eu já fiz, em todos os contratos pedia o exame de HIV, mas, na hora, nunca me cobraram. E também nunca ouvi falar que tenham cobrado. Eu acho que falta isso, para profissionalizar mais falta um atestado médico para falar que o atleta está em perfeitas condições. Estava vendo esse negócio de bolsa-atleta, e o MMA não tem uma Federação, se tivesse ia ser mais fácil. O dia que tiver uma Federação e uma fiscalização maior em cima [...] do estado de saúde dos atletas, acho que o negócio vai mais para frente ainda. (Informação Verbal.)¹⁰

Apenas um atleta afirmou que não há nada de errado com os eventos nacionais. Quando falavam sobre as dificuldades de viver das artes marciais, a falta de patrocínio foi apontada como o maior problema pelos 10 atletas entrevistados. Segundo o lutador Erick Jabour,

Para você viver do MMA você tem que dedicar praticamente o dia inteiro. Não tem jeito de você ter um emprego, meio horário e meio horário treinar MMA, porque você vai competir com pessoas que praticamente vivem disso, ganham para isso e ficam o dia inteiro, né, treinando só por conta. Ai se você for trabalhar para depois treinar, você vai chegar cansado e vai competir com pessoas que, querendo ou não, vão levar uma vantagem. (Informação Verbal, 2011)

O atleta Cristiano Nazareth ainda explicou que, devido a essa falta de patrocínio, ir para o exterior se torna o objetivo de tantos atletas:

Muitas vezes o atleta, lá fora, tem a condição de ficar só por conta do treinamento, não precisa se preocupar em trabalhar para garantir o dinheiro, a sobrevivência dele. Então ele já tem uma equipe completa - aqui no Brasil tá começando a engatilhar isso aí - mas ainda falta muito para poder chegar no nível profissional. (Informação Verbal, 2011)

Todos os atletas acreditam que a dificuldade em encontrar um patrocinador é devido a um preconceito ainda existente contra a modalidade. Outra dificuldade apontada por dois atletas refere-se à falta de estrutura para treino:

Você vai treinar boxe, treina em uma academia, aí você vai treinar o treino específico de MMA já em outra academia, você vai treinar Muay thai é uma outra academia. Acho que o que falta mesmo é uma academia onde se concentra todas as modalidades (Informação Verbal).¹¹

Nove dos 10 atletas entrevistados criticaram a cobertura jornalística e os comentaristas de eventos de MMA na tv aberta. Os comentaristas da Tv fechada (canal Sportv) e do *pay per view* foram elogiados, mas disseram que o restante dos jornalistas que comenta na Tv deve estudar mais a respeito de artes marciais: “alguns [comentaristas] deveriam se informar mais, né? Cobre porque está tendo evento, mas não são da área, então não tem muito conhecimento.” (Informação Verbal)¹²

Dos 10 atletas entrevistados, três acreditam que o acesso ao MMA ainda é difícil no Brasil, tanto para atletas quanto para o público. Segundo o atleta Vladinei Bazzoni,

Tem pouco evento de MMA. Você até vê mais evento de Jiu Jitsu assim, mas, mesmo esses, nem se fala, só quem vive da arte fica sabendo. A divulgação do MMA [no Brasil] é ainda muito fraca para a velocidade em que ele está crescendo. Nós estamos bem devagar em relação ao MMA (Informação Verbal, 2011).

O restante dos entrevistados acredita que o crescimento da modalidade faz com que o MMA fique acessível, já que os eventos da modalidade vêm acontecendo no país e o preço dos ingressos é considerado justo.

Por último, os atletas falaram sobre preconceito. Um entre os dez lutadores entrevistados afirmou que não existe mais preconceito. O restante afirmou que a maioria das pessoas ainda não vê o MMA como esporte, e sim como uma forma de violência. Outro problema apontado foi a estigmatização do atleta:

Você passa na rua e as pessoas pensam ‘pô, vai me bater’. Eu, por exemplo, eu não brigo de graça, não vou bater em ninguém de graça, ganho dinheiro com isso e vou sair batendo nos outros? Tem gente que faz da forma que atrapalha a vida da gente, atrapalha o andamento da arte, né, que já faz mau uso. Fora o pessoal que fala ‘pô, não vai trabalhar não?’ Mais? Dou 6 aulas por dia, 5, dependendo do dia. (Informação Verbal)¹³

3.3. Promotor de MMA

O promotor Paulo Rodrigues Curi é o responsável pelo evento Mano a Mano, realizado em Belo Horizonte, promove eventos no interior de Minas Gerais e dá apoio ao evento Brasil Fight MMA. Ele também está à frente de uma equipe de lutadores da modalidade.

Quando perguntado sobre as principais dificuldades da organização de eventos de MMA, Paulo apontou a falta de patrocínio e apoio, porque é preciso alugar um ringue, um ginásio, alugar uma ambulância, pagar médicos para ficarem à disposição dos atletas, contratar seguranças, pagar a bolsa dos atletas e outros gastos altos. O promotor acredita que a falta de interesse dos patrocinadores é devido à quantidade de pessoas que assistem às lutas – o público usual de lutas fica entre 3.000 e 4.000 pessoas – que é bem inferior ao de outros esportes.

Outro problema apontado por Curi é a falta de regulamentação dos atletas. Segundo o promotor:

Falta uma Federação. *[No MMA]* você não tem um registro dos atletas, você não tem um registro das carteirinhas igual no judô, no jiu jitsu, que existe Federação *[Mineira]* que fiscaliza os atletas. Falta uma fiscalização e, por não ter fiscalização o atleta não é punido. Uma Federação [...] já têm um material, tem um quadro de árbitros, tem um registro, tem regras, tem direitos, tem deveres... e no vale tudo, aparecem uns promoters, fazem uns eventos mas não tem uma regularização. Fala que o lutador é do Karatê, é do Kung Fu, mas não tem uma Federação para poder, realmente, fiscalizar. [...] Além disso, *[em eventos de judô e jiu jitsu]* você tem ajuda do Ministério do Esporte. No vale tudo não tem, por causa da não regulamentação. (Informação Verbal, 2011)

Quando perguntado a respeito da pouca divulgação dos eventos, Paulo respondeu que a mídia não tem interesse. Ele diz enviar matérias e *releases* para a imprensa, mas que o espaço na mídia fica para o futebol e que apenas pequenas notas são divulgadas. O promotor ainda disse que, para conseguir divulgar seus eventos na imprensa, depende dos amigos praticantes de artes marciais que trabalhem nos veículos de comunicação e estão dispostos a ajudar. Paulo ainda diz que parte do dinheiro conseguido para a realização dos eventos vai para a compra de matérias em

jornais e revistas, já que os eventos por si só não atraem a mídia, já que o público é menor se compararmos ao de uma partida de futebol.

O promotor ainda aponta a falta de profissionalismo tanto dos atletas quanto dos organizadores como uma das causas que travam o crescimento do esporte no país, juntamente com a falta de regulamentação. Curi diz que falta comprometimento das duas partes.

Quando perguntado a respeito do valor das bolsas, considerado baixo pela maior parte dos atletas entrevistados, Paulo falou, novamente, da falta de investimentos e disse que, alguns lutadores realmente merecem uma bolsa maior por mostrarem que são talentosos e já terem algum espaço no cenário nacional, mas, aqueles que estão começando não deveriam reclamar: “[...] tem uns que estão iniciando e acho que ainda vão ter que quebrar muito a castanha mesmo, aí é patrocínador, mãetrocínadora mesmo. Tudo é difícil” (Informação Verbal, 2011).

Curi ainda disse que as coisas são mais difíceis em Minas Gerais:

[...] Minha crítica é que não investiram em promoters mineiros, e sim carioca (Tatá Duarte é o responsável pelo evento). Então eles não investem em lutadores mineiros e nem promoters mineiros, eles gostam de... não sei se é por causa da mídia, porque é carioca, o que que acontece, das empresas investirem em pessoas de fora e não da casa, da terra. (Informação Verbal, 2011)

4. Considerações Finais

Os fãs de MMA, em geral, são jovens com menos de 40 anos e da classe AB, devido à renda, poder de compra e escolaridade. A maior parte é do sexo masculino, apesar de muitas mulheres também gostarem do esporte.

A internet tem um papel importante na popularização do esporte, já que grande parte dos fãs não só assistem os eventos utilizando a web, mas também acessam sites especializados para se manter informados e debaterem a respeito de atletas e eventos.

Foi possível constatar que a modalidade ainda é pouco acessível ao público, já que apenas uma emissora de tv aberta reprisa eventos e, mesmo assim, apenas o UFC. Como a assinatura do *pay per view* ainda tem um custo elevado, muitas pessoas recorrem a sites com sinal pirata.

Quando falamos de eventos nacionais, muitos fãs disseram nem saber quando eles acontecem, apontando falhas na divulgação, e outros ainda disseram que não assistem por não passar em Tv aberta. Considerando a relação dos fãs com a internet, ela pode ser uma ferramenta na divulgação dos eventos. Talvez colocar a informação em fóruns, mandar para sites especializados, ou até mesmo sortear ingressos para os fãs pode ajudar, já que, segundo o promotor de eventos entrevistado, a mídia não tem interesse em divulgar a modalidade. Outra

sugestão é a criação de uma webtv que possa transmitir os eventos pela internet. Isso não só ajudaria na popularização dos eventos nacionais, como geraria mais empregos para os profissionais da comunicação social.

O fato de muitos dos fãs terem começado a acompanhar o MMA por um envolvimento prévio com as artes marciais e de 63,15% praticarem alguma luta faz com que esse público seja mais exigente em relação ao trabalho dos jornalistas e comentaristas que cobrem os eventos da modalidade, já que este público possui um conhecimento aprofundado. Desta forma, os profissionais devem se qualificar mais para ter credibilidade. Isso ficou comprovado pelas entrevistas realizadas com os atletas, que afirmaram acreditar que um ex-lutador tem mais credibilidade e conhecimento para cobrir eventos de MMA e que os jornalistas têm que se qualificar.

Quanto à falta de organização e infraestrutura, apontada por alguns fãs como um dos problemas dos eventos nacionais, a criação de Federações estaduais, como foi sugerido por Paulo Curi e por alguns atletas pode ajudar. Isso contribuiria para o crescimento do esporte, já que regulamentaria a modalidade e ajudaria na hora de conseguir apoio financeiro não só para a realização dos eventos, mas também para a premiação dos atletas. Para os lutadores essa regulamentação também seria muito boa, já que possibilitaria a reivindicação da bolsa-atleta, além de aumentar a fiscalização nos eventos, resguardando o atleta.

Isso também poderia colaborar para a melhora do nível técnico dos atletas nos eventos nacionais, já que, conseguindo uma bolsa-atleta ou um patrocinador, que pode se interessar mais pelo esporte uma vez que a modalidade for regularizada, o atleta poderá treinar em tempo integral.

O preconceito é o mais difícil de mudar, e talvez seja quebrado com a popularização do esporte, já que as pessoas poderão conhecer as regras e saber que, ali, no octógono, estão dois profissionais treinados e preparados para a luta.

Claro que, aqui, estamos lidando com hipóteses e possibilidades, sem a pretensão de resolver os problemas que existem na modalidade. Trata-se de uma tentativa de suscitar uma discussão e novas idéias que possam contribuir para o crescimento do MMA.

Referências Bibliográficas

- BARBOZA, Luiz Filipe. 2011. *Ídolos brasileiros do UFC são reverenciados nos EUA, mas ainda sofrem preconceito contra o esporte no Brasil*. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/esportes/mat/2011/02/04/idolos-brasileiros-do-ufc-sao-reverenciados-nos-eua-mas-ainda-sofrem-preconceito-contra-esporte-no-brasil-923733093.asp>> Acesso em 07/07/2011
- BOURDIEU, Pierre. 1997. *Sobre a Televisão seguido de A Influência do Jornalismo e os Jogos Olímpicos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- BRNEWS.NET. 2011. *Com avanço do MMA, ex-pugilista constrói octógono sob viaduto*. Disponível em: <<http://www.brnews.net/noticia.php?id=14880&modulo=news>> Acesso em 08/07/2011
- CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE LUTAS ASSOCIADAS. *Sobre o Wrestling*. Disponível em: <<http://cbla.com.br/modalidade/sobre-o-wrestling/>>. Acesso em 17/07/2011
- GLOBOESPORTE.COM. 2011. *Ingressos para UFC Rio são esgotados em menos de 2 horas*. Disponível em: <<http://sportv.globo.com/site/eventos/combate/noticia/2011/06/ingressos-para-ufc-rio-sao-esgotados-em-menos-de-duas-horas.html>> Acesso em 07/07/2011.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICAS. *Brasil em Síntese*. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/brasil_em_sintese/> Acesso em 07/07/2011
- KAZ, Roberto. 2010. *Antigo vale-tudo lidera audiência e vira menina dos olhos das emissoras nacionais*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/811520-antigo-vale-tudo-lidera-audiencia-e-vira-a-menina-dos-olhos-das-emissoras-nacionais.shtml>> Acesso em 04/04/2011
- ELIAS, Nobert; DUNNING, Eric. 1985. *A busca da excitação*. Lisboa: Editora Difel.
- LAVIERI, Danilo. 2011. *Anderson Silva tenta se acostumar com a fama no Brasil após UFC 126*. Disponível em: <<http://esporte.ig.com.br/lutas/anderson+silva+tenta+se+acostumar+com+fama+no+brasil+apos+ufc+126/n1238020836710.html>> Acesso em 07/07/2011
- LAVIERI, Danilo. 2010. *Brasil ainda está aprendendo MMA, avalia diretor de canal de lutas*. Disponível em: <<http://www.abril.com.br/noticias/esportes/brasil-ainda-esta-aprendendo-mma-avalia-diretor-canal-lutas-539882.shtml>> Acesso em 04/04/2011.
- MARIANO, Artur; ALVES, Luiz. 2008. *MMA – Mixed Martial Arts*. São Paulo: Editora On Line.

MAYEDA, David T.; CHING, David E. 2008. *Fighting for Acceptance: Mixed Martial Artists and Violence in American Society*. Lincoln: iUniverse.

MARTINS, Cristiano. 2011. *Tv Aberta transmite pela primeira vez o UFC ao vivo no Brasil*. Disponível em: < <http://www.fanaticospormma.com.br/tv-aberta-transmite-pela-primeira-vez-o-ufc-ao-vivo-no-brasil/>> Acesso em 08/07/2011

MATOS, Alexandre. 2010. *Crescimento do Esporte ou Circo?*. Disponível em: <<http://www.mma-brasil.com/crescimento-do-esporte-ou-circo>> Acesso em 06/07/2011

MENEZES, Nayara. 2009. *Difícil luta do MMA*. Revista Viver Brasil. Belo Horizonte. Disponível em: <<http://www.revistaviverbrasil.com.br/impressao/materia/28/capa/dificil-luta-do-mma-/>> Acesso em 07/07/2011

MMA BRASIL. *Glossário*. Disponível em: <<http://www.mma-brasil.com/glossario>> Acesso em 04/04/2011.

OLIVEIRA, Eduardo. 2010. *Acertos, Erros e Pataquadas dos eventos nacionais*. Disponível em: <<http://superlutas.com.br/blogs/redacao?paged=3>> Acesso em 08/07/2011

OZÓRIO, Carlos Eduardo. 2011. *Os prós e contras do domínio do UFC*. Disponível em: <<http://www.graciemag.com/pt/2011/03/especialistas-analisam-pros-e-contras-do-dominio-do-ufc/>> Acesso em 06/07/2011

PELLANDA, Fábio A.; PASTRE, Ms. Tais F. DE Lima; AUGUSTO, Vítor N. 2008. *O Processo de Desportivização do MMA*. Esporte na América Latina: atualidade e perspectivas. Curitiba. Disponível em: <<http://www.alesde.ufpr.br/encontro/trabalhos/101.pdf>> Acesso em 10/05/2011

PORTAL CTEA. *A Ascensão do MMA no Brasil – A luta tira crianças da rua*. Disponível em: < <http://www.portalctea.com.br/2011/03/23/a-ascensao-do-mma-no-brasil-a-luta-tira-criancas-da-rua/>> Acesso em 07/07/2011

REDAÇÃO PRETORIAN. 2011. *Brasil Econômico: MMA fortalece mercado esportivo nacional*. Disponível em: <<http://www.prontosparaaluta.com.br/brasil-economico-mma-fortalece-mercado-esportivo-nacional>> Acesso em 08/07/2011

SPORTV REPÓRTER. 2011. *MMA, a luta que levou o boxe à lona*. Disponível em: <<http://video.globo.com/Videos/Player/Esportes/0,,GIM1428791-7824-SPORTV+REPORTER+MMA+A+LUTA+QUE+LEVOU+O+BOXE+A+LONA,00.html>>

Acesso em 04/04/2011.

ULTIMATE FIGHTING CHAMPIONSHIP. *THE UFC*. Disponível em: <
<http://www.ufc.com/discover/ufc>> Acesso em 07/07/2011

UNIMUSASHI Universidade Livre. *O Mercado Editorial Marcial Brasileiro*. Disponível em: <
http://www.unimusashi.com.br/artigos/entrevista_jose_augusto.pdf> Acesso em 08/07/2011

VALLE, Márcio. 2011. *Anderson Silva e a explosão do MMA na mídia*. Disponível em:
<<http://91rock.com.br/observador/2011/02/07/anderson-silva-e-a-explosao-do-mma-na-midia/>>

Acesso em 07/07/2011

ZORZANELLI, Marcelo. 2008. *A Vitória do Vale-Tudo*. São Paulo: Revista Época. Disponível
em:<<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI9013-15204,00->

[A+VITORIA+DO+VALETUDO.html](http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI9013-15204,00-A+VITORIA+DO+VALETUDO.html)> Acesso em 13/06/2011

ANEXO 1

Entrevista com os fãs:

Nome:

Idade:

Escolaridade:

Profissão:

Renda familiar:

E-mail:

Telefone:

Há quanto tempo acompanha o MMA?

Porque começou a acompanhar MMA?

Porque gosta da modalidade?

Como e aonde assiste aos eventos de MMA (Tv aberta, fechada, internet, casa de amigos...)?

Acessa sites especializados? Se sim, qual (ou quais)?

Quais eventos assiste? Assiste algum nacional? Se sim, o que precisa melhorar? Se não, já viu alguma vez? Porque?

Qual é o seu atleta favorito? Porque?

Pratica MMA ou alguma arte marcial? Qual? Quando começou a praticar?

Mais pessoas de seu convívio são fãs do esporte?

ANEXO 2

Entrevista com os atletas:

Nome:

Idade:

Escolaridade:

E-mail:

Telefone de contato:

Há quanto tempo luta?

Porque começou a lutar?

Porque começou a praticar MMA?

Praticava outra arte marcial antes? Qual? Porque decidiu passar para o MMA?

Qual é o seu objetivo no MMA?

Participa de algum evento da modalidade?

O que acha dos eventos nacionais de MMA? O que precisa melhorar?

Quais são as principais dificuldades enfrentadas pelos atletas da modalidade no Brasil?

O que acha dos profissionais que cobrem e comentam MMA na mídia?

Você acha que o MMA é acessível no Brasil, tanto aos atletas quanto ao público?

Acha que existe preconceito contra a modalidade e os atletas?

Notas

¹ Boxe tailandês.

² Existem centenas de estilos diferentes de Wrestling praticados no mundo. Internacionalmente, temos quatro estilos principais para o Wrestling: Greco-Romano, Estilo-Livre, Judô wrestling e Sambo wrestling. (Confederação Brasileira de Lutas Associadas, 2010 [?]).

³ Fellipe Awi, SporTv Repórter, 2011.

⁴ Eventos esportivos ou programas televisionados, geralmente de TVs por assinatura, no sistema 'pague para ver'.

⁵ Tradução do autor.

⁶ Atualmente, temos como subprodutos do UFC: jogos de videogame, roupas, bonecos de lutadores, equipamentos e acessórios de luta, dvds e etc. (Fellipe Awi, Sportv Repórter, 2011 e site UFC)

⁷ Tradução do autor.

⁸ Fellipe Awi, SporTv Repórter, 2011.

⁹ SporTv Repórter, 2011.

¹⁰ Erick Jabour, 2011.

¹¹ Erick Jabour, 2011.

¹² Stéfano Gonçalves, 2011.

¹³ Vladinei Bazzoni, 2011.