

PROJETO DE PESQUISA

**JORNALISMO ESPECIALIZADO EM MMA: PROFISSIONAIS E PRODUTOS DE
UMA NOVA MODALIDADE ESPORTIVA**

PROF. DR. ALLYSSON VIANA MARTINS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA (UNIR)

PORTO VELHO
2018

IDENTIFICAÇÃO DA PROPOSTA

Referência: Chamada Universal MCTI/CNPq Nº 01/2018

Faixa: A (até R\$ 30.000,00)

Área do Conhecimento: Comunicação / Jornalismo e Editoração

Data de Início: 03/2019

Duração: 24 meses

Coordenador: Prof. Dr. Allysson Viana Martins

Instituição: Universidade Federal de Rondônia (UNIR)

Endereço: Campus, BR 364, Km 9,5. CEP: 76801-059. Porto Velho-RO

Telefones: (69) 98448-2106

E-mail: allyssonviana@unir.br

Título do projeto: Jornalismo especializado em MMA: profissionais e produtos de uma nova modalidade esportiva

Resumo: Os estudos sobre jornalismo esportivo no Brasil enfatizam, majoritariamente, o futebol, com uma abordagem praticamente inexistente acerca do jornalismo especializado em MMA. Considerando a relevância do MMA na atualidade, sobretudo na mídia, e a carência de estudos na interface deste esporte com o jornalismo, este projeto de pesquisa procura identificar as características do jornalismo brasileiro especializado em MMA nos sites, canais de Youtube e de TV, através do perfil das empresas e das especificidades dos produtos, e traçar um paralelo historiográfico entre o MMA e a sua cobertura jornalística, ao apontar os marcos históricos de ambos. Pretende-se, ainda, investigar aspectos jornalísticos nas produções sobre MMA de sites e canais de Youtube no Brasil, por meio do agendamento, das fontes, dos gêneros e dos enquadramentos, caracterizando os aspectos relacionados à empresa, ao produto e ao público, através da entrevista com jornalistas e produtores de conteúdo.

Palavras-chave: Jornalismo especializado. Jornalismo esportivo. MMA. Internet.

Title: Specialized journalism in MMA: professionals and products of a new sport modality

Abstract: Studies on sports journalism in Brazil emphasize soccer, with a practically nonexistent approach to specialized journalism in MMA. Considering the relevance of MMA today, especially in the media, and the lack of studies in the interface of this sport with journalism, this research project intends to identify the characteristics of specialized journalism in MMA on Brazilians sites, Youtube and TV channels, through the profile of companies and the specificities of the products, and draw a historiographic parallel between the MMA and its journalistic coverage, pointing out the historical milestones of both. It is also intended to investigate journalistic aspects in MMA productions of sites and YouTube channels in Brazil, through agenda-setting theory, journalism sources, journalism genres and frame analysis, characterizing the aspects related to the company, the product and the public, through interview with journalists and content producers.

Keywords: Specialized journalism. Sports journalism. MMA. Internet.

PARTICIPANTES INICIAS DO PROJETO

Nome	Titulação	CPF	Função	Instituição
Allysson Viana Martins	Doutorado	079.468.064-00	Pesquisador	UNIR
Sandro Adalberto Colferai	Doutorado	579.986.202-34	Colaborador	UNIR
Luciano de Sampaio Soares	Mestrado	033.096.839-40	Colaborador	UNIR
Maria Victória Ferreira Silva	Graduanda	017.523.642-95	Iniciação Científica	UNIR
Bolsista DTI	Graduado	-	Pesquisador	-

Main objective

Identify the characteristics of specialized journalism in MMA on Brazilians sites, Youtube and TV channels, through the profile of the companies and the specificities of the products.

Specifics objectives

(1) Draw a historiographic parallel between the MMA and its journalistic coverage, pointing out the historical milestones of both;

(2) Investigate journalistic aspects in MMA productions of sites, Youtube and TV channels in Brazil, through agenda-setting theory, journalism sources, journalism genres and frame analysis;

(3) Characterize the aspects related to the company, the product and the public of the main Brazilians sites, Youtube and TV channels about MMA through the interview with journalists and content producers;

(4) Develop qualified scientific production contributing to the state of the art on sports journalism in the area of Communication, with an emphasis on MMA;

(5) Stimulate the scientific production of the area of Communication in Rondônia and in the North Region, with low impact and effectiveness, through the circulation of research results and future partnerships;

(6) Strengthen the COMtatos Research Group in the area of Communication at regional and national levels, through the results of research and the circulation of researchers.

INTRODUÇÃO

O jornalismo esportivo compreende a produção jornalística dedicada ao noticiário esportivo, em cadernos e editorias específicas ou em espaços generalistas, ou ainda em veículos especializados. Essa especialização existe desde o final do século 18, com produções próprias do segmento no século seguinte com mais força na Europa, enquanto no Brasil se destaca no início do século 20. Embora não se restrinja a tratar de futebol, a partir da metade deste século, o jornalismo esportivo brasileiro aborda mais detidamente esta modalidade, com alguma expressão, especialmente quando atletas se destacam, para automobilismo – notadamente Fórmula 1 –, basquete, tênis, surfe e vôlei, além de boxe, ginástica artística, judô e natação – sobretudo nos períodos dos Jogos Olímpicos de Verão.

Dos esportes de luta, o MMA (artes marciais mistas, *mixed martial arts* em inglês) é o que começa a ser coberto pelo jornalismo nacional mais recentemente, pois foi apenas em 2000 que se profissionalizou com as Regras Unificadas do MMA. Ainda que o jornalismo esportivo esteja entre as editorias que possuem mais autonomia e espaço nos jornais, com lugares mais destacados e “especiais”, se comparado até com as de cultura, economia e política (BORELLI, 2002), e o MMA já tenha sua cobertura garantida entre suas produções, esta relevância não é trabalhada de maneira pungente na academia, ou seja, os pesquisadores da área não investigam sobre o jornalismo especializado em MMA. “Não há uma bibliografia expressiva” (FERREIRA, 2011), sendo “pouco desenvolvido” (ALVAREZ; MARQUES, 2011) e “pouco explorado” (MIRANDA, 2012), existindo até hoje uma “escassez de estudos científicos” (SANTOS; MIRANDA FILHO, 2015).

A importância do esporte, para Lovisolo (2011), acontece porque a mídia dedica cada vez mais espaços às atividades socialmente consideradas menos eruditas e “sérias”, embora nem sempre tenha sido assim. Até mais da metade do século 20, o jornalismo esportivo era desvalorizado na mesma intensidade que o jornalismo policial, isto é, de baixa relevância, consumido apenas por pessoas de baixo poder aquisitivo (COELHO, 2003; CAPRARO, 2011; LEANDRO, 2011). Esse descrédito, contudo, seria perceptível até os dias atuais, sobretudo em relação às produções de economia e política. O fundamental para trabalhar no jornalismo esportivo é adquirir conhecimento e experiência sobre alguma modalidade, tendo em vista as expressões e os assuntos próprios de cada esporte, defendem Borelli (2002) e Coelho (2003). O jornalismo (esportivo) exigiria, então, mais transpiração do que inspiração. A produção de um texto instigante e que desperte emoção não torna obrigatória uma paixão pelo esporte, pois o principal para o profissional é o trabalho duro e a experiência adquirida, afinal, a informação precisa ser bem trabalhada.

Para essa dimensão, o jornalismo esportivo não pode se restringir ao calendário dos esportes, ao fato em si – como uma partida –, as preparações pré-agenda e as repercussões pós-agenda (BORELLI, 2002), ao contrário, é necessário pauta inteligente, pois as análises não são suficientes para produções de qualidade. “A única maneira de mostrar que o esporte é viável é mostrar que o jornalismo esportivo não é feito apenas por esporte” (COELHO, 2003, p. 115). O aparente paradoxo é compreensível quando se articula o esporte com outras editorias, desde cultura e saúde, até política, tecnologia e relações internacionais, sobretudo nas revistas especializadas. O agendamento esportivo, evidentemente, não parte única e exclusivamente dos interesses da mídia, através de decisões unilaterais dos produtores da informação, pois os grandes eventos esportivos alteram as estruturas e rotinas do jornalismo.

Esse modelo de jornalismo esportivo em geral, e no futebol em específico, desenvolve uma aproximação dos jornalistas com jogadores, técnicos e até empresários, chegando até a relações permissivas com cartolas – os dirigentes de um clube (COELHO, 2003; LEANDRO, 2005, 2011). Se, por um lado, essa relação garante algumas informações exclusivas, sobretudo com atletas respeitando mais os jornalistas, por outro, pode atrapalhar as análises dos profissionais, acusados de favorecimento e de “clubismo”. Ainda assim, os cartolas, com interesses que podem até chegar a eleições políticas, são fontes fundamentais para abordar sobre aspectos administrativos – como contratação e demissão de jogadores e da comissão técnica –, de bastidores – da tabela dos campeonatos até os árbitros – e de marketing – como parcerias, orçamentos e canais de comunicação. Por isso, o jornalista deve viver sempre em negociação com esses agentes, jamais deixando que possíveis relações de proximidade interfiram em seu trabalho, como conteúdos críticos ou denúncias.

A especialização de uma produção jornalística, como a esportiva, contribui ainda para o surgimento de um público profundo conhecedor do assunto abordado pelo jornalista, muitas vezes, existindo até um enfrentamento entre esses dois pólos, uma vez que os leitores se consideram especialistas e até mais sabedores do que os próprios profissionais da imprensa. A contratação de ex-atletas como profissionais da imprensa também colabora para o descrédito do jornalista – desvalorizando o conhecimento desta profissão em detrimento do saber empírico do esporte –, além da contínua acusação de favorecimento de determinado clube, afinal, normalmente, esses ex-atletas passaram por grandes agremiações, seja durante sua carreira esportiva ou até mesmo após a sua aposentadoria, com algum cargo administrativo em determinado clube, ampliando ainda mais as críticas. Nesse contexto do jornalismo esportivo, um novo esporte se insere nesta especialidade jornalística, o MMA, um esporte de luta com poucas regras em que os atletas utilizam técnicas e recursos de diversas modalidades

marciais, como boxe, muay thai, wrestling, judô, jiu jitsu, karatê, sambô, entre outros. Esta definição, porém, não surgiu juntamente à prática, uma vez que sua origem remonta a primeira metade do século 20 ou, como alguns preferem, a Grécia Antiga – com o pancrácio (FERREIRA, 2011; ALVAREZ; MARQUES, 2011; ALVAREZ, 2013).

A história do desenvolvimento do Vale Tudo até o MMA é registrada por quem pesquisa o esporte por causa do seu caráter inicial. Apesar da preponderância e relevância social de ambos (SANFELICE, 2010), a interface mídia e esportes, sobretudo o jornalismo esportivo, não está entre os assuntos mais abordados nas pesquisas brasileiras da área da Comunicação, parecendo que a desvalorização desta especialização jornalística atinge a academia. A maioria dos estudos enfatiza ainda o futebol, com uma abordagem praticamente inexistente acerca do jornalismo especializado em MMA.

O MMA possui a alcunha, principalmente do UFC, de que é o esporte que mais cresce nos EUA e no mundo, endossado por empresários dos maiores eventos, por jornalistas especializados neste esporte e por pesquisadores (FERREIRA, 2011; MIRANDA, 2012; SANTOS; MIRANDA FILHO, 2015). Segundo Alvarez e Marques (2011), essa relevância midiática é explicada menos pelos combates do que pelo trabalho de marketing e de imagem pelo qual passaram o MMA e o UFC. Ainda assim, os estudos sobre MMA normalmente tratam de questões relacionadas à nutrição e à suplementação no esporte, no campo da Educação Física. Na área da Comunicação, os aspectos mais comuns abordados são do marketing e da estratégia de mercado, através do desenvolvimento da marca da empresa UFC e dos seus atletas, destinando ao esporte MMA questões secundárias, com escassos trabalhos que abordam o jornalismo (MARTINS, 2018). Mesmo assim, duas temáticas, consumo e violência, perpassam as pesquisas sobre MMA, com cada área de conhecimento abordando sob sua perspectiva.

Considerando a relevância do MMA na atualidade, sobretudo na mídia, e a carência de estudos na interface deste esporte com o jornalismo, este projeto de pesquisa procura desenvolver um ensaio sobre o jornalismo especializado em MMA dentro do jornalismo esportivo (MARTINS, 2018), a fim de responder os seguintes problemas: Quais são as especificidades do jornalismo brasileiro especializado em MMA produzidos em sites, canais de Youtube e de TV? Quais são as características desses produtores de conteúdos e dos seus produtos? Existe uma relação entre o desenvolvimento do MMA no Brasil e a mídia especializada neste esporte?

OBJETIVO GERAL

Identificar as características do jornalismo brasileiro especializado em MMA nos sites, canais de Youtube e de TV, através do perfil das empresas e das especificidades dos produtos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

(1) Traçar um paralelo historiográfico entre o MMA e a sua cobertura jornalística, ao apontar os marcos históricos de ambos;

(2) Investigar aspectos jornalísticos nas produções sobre MMA de sites, canais de Youtube e de TV do Brasil, por meio do agendamento, das fontes, dos gêneros e dos enquadramentos;

(3) Caracterizar os aspectos relacionados à empresa, ao produto e ao público dos principais sites, canais de Youtube e de TV brasileiros sobre MMA através de entrevistas com jornalistas, editores e produtores de conteúdo;

(4) Desenvolver produções científicas qualificadas contribuindo para o estado da arte sobre jornalismo esportivo na área da Comunicação, com ênfase em MMA;

(5) Estimular a produção científica da área da Comunicação em Rondônia e na Região Norte, com baixo impacto e efetividade, através da circulação dos resultados da pesquisa e de futuras parcerias;

(6) Fortalecer o Grupo de pesquisa COMtatos na área da Comunicação em âmbitos regional e nacional, através dos resultados das pesquisas e da circulação dos pesquisadores.

JORNALISMO ESPORTIVO

O primeiro registro histórico de uma prática esportiva remonta há alguns mil anos antes de Cristo, através de desenhos em paredes no Egito que pareciam descrever o que conhecemos hoje como a luta greco-romana (SILVEIRA, 2009). Foi apenas mais adiante, com o pai da história, Homero, que começou a se esboçar um pioneirismo do jornalismo esportivo, de acordo com Leandro (2005), pois o historiador narra, na *Ilíada*, uma corrida vencida por Ulisses. Apesar de estar distante conceitualmente da produção e prática jornalística, esta pequena parte da obra grega se aproxima, em um sentido amplo, das crônicas esportivas do século 20.

Os Jogos Olímpicos, criados nos últimos anos do século 19, fundamentais para enfatizar a importância do esporte na sociedade, e a profissionalização do futebol, a partir dos anos de 1930, contribuíram para o aprimoramento da imprensa esportiva, embora escritores renomados como Graciliano Ramos e Lima Barreto desacreditassem do esporte que chamavam de “ludopédio”, ridicularizando até os jogadores e dizendo que ele jamais

conquistaria os brasileiros (COELHO, 2003; LEANDRO, 2005, 2011). Antes dessa época, alguns avisos circulavam nas cidades para informar sobre atletas, equipamentos e jogadas, algo que seria apropriado, posteriormente, pela imprensa. Até o início do século 20, o pouco noticiário esportivo existente se misturava aos demais assuntos do jornal, assemelhando-se mais aos textos que hoje se destinam às colunas sociais, pois destacavam os jovens burgueses que praticavam o esporte. A preocupação com questões sociais fazia até o resultado da partida não ser informado (LEANDRO, 2011).

As associações desportivas surgiram no início do século 18 na Europa, com a imprensa noticiando sobre as suas atividades, como o artigo sobre um luta de boxe, no *Boston Gazette* de 1733, um início do jornalismo esportivo. No Brasil, os jornais cariocas abordaram eventos esportivos, como o turfe, ainda no século 19. A editoria esportiva, contudo, nasceu no britânico *Morning Herald*, em 1817, seguido do conterrâneo *The Globe*, em 1818, e do estadunidense *The American Farmer*, em 1819. O francês *Journals des Haras*, de 1828, é considerado o primeiro veículo esportivo da história. Em 1852, surge no Brasil *Jornal O Atleta* (LEANDRO, 2005; ALVAREZ, 2013). Ainda assim, nos Estados Unidos e no Brasil, a imprensa esportiva só ganha destaque no início do século passado, quando o futebol muda de patamar na sociedade. Até esse período, a cobertura valorizava esportes como caça, haras e turfe, além de canoagem, natação, pesca e boxe.

A editoria de esportes, com páginas específicas para sua divulgação, iniciou no Brasil com o jornal paulista *Fanfulla*, de 1910, mas com pouco espaço. A relação do futebol com a imprensa esportiva já existia desde o início, antes da profissionalização do esporte, quando o veículo estimulava os leitores a fundarem clubes de futebol. Porém, o noticiário esportivo era tão desvalorizado, quando o futebol começou a se popularizar, que até o remo, o esporte até então mais popular do Brasil, era incapaz de estampar as primeiras páginas dos jornais. Os cadernos esportivos nos jornais diários se tornaram corriqueiros na década de 1960, quando a seleção brasileira de futebol já era bicampeã mundial e com o principal jogador do mundo e da história do esporte, Pelé, com as revistas especializadas surgindo na década seguinte (COELHO, 2003; FERREIRA, 2011).

Em 1929, a *Revista Única* enfatizava em suas páginas a prática do futebol pelas mulheres, ao menos até o Conselho Nacional de Desportos proibir a prática de esportes “incompatíveis com as condições de sua natureza” – embora não explicitem quais seriam essas tais condições –, através do Art. 54 do Decreto-Lei nº 3.199, de 14 de abril de 1941. O jornalista Mário Rodrigues Filho, o maior expoente do jornalismo esportivo brasileiro ao lado do seu irmão Nelson Rodrigues, fundou *O Mundo Esportivo*, em 1931, que logo faliu, e, em

1936, o *Jornal dos Sports*, primeiro veículo jornalístico diário exclusivamente dedicado aos esportes (COELHO; 2003; CAPRARO, 2011).

A partir dessa época, os jornais e as revistas especializadas exploravam, por exemplo, a imagem dos clubes e dos jogadores, através de cartazes, fotos e pôsteres etc.; essa relação entre esporte e mídia se aprimora através da publicidade e dos produtos derivados, como bonecos, mascotes e jogos eletrônicos (LEANDRO, 2011; ALVAREZ, 2013), podemos acrescentar coletâneas em mídia, produtos colecionáveis, sites próprios, contas em redes sociais, aplicativos, entre outros. A influência mútua altera desde horário de transmissão e apresentação dos atletas até relacionamento com o público e regras do esporte. O *media training* se torna corriqueiro.

Como o jornalismo esportivo sempre esteve ligado ao futebol – ainda que não se restrinja a ele –, a profissionalização do esporte contribuiu para o aprimoramento das publicações jornalísticas especializadas nessa área a partir dos anos de 1960, quando o futebol era o esporte principal do país. “É difícil precisar se os esportes cresceram por conta da imprensa ou se o desenvolvimento de uma imprensa esportiva foi fruto de uma busca e um interesse do público por este tipo de informação” (ALVAREZ, 2013, p. 68). Na década seguinte, o rádio e a TV divulgavam o esporte através de programas jornalísticos e de entretenimento, ainda que, em 1938, na Copa do Mundo de Futebol, Glagliano Neto tenha realizado a primeira narração esportiva de uma partida, pela Rádio Clube do Brasil. Nos anos de 1990, a TV por assinatura chega ao Brasil e com ela o SporTV – Top Sports à época –, em 1991, um canal de esportes vinculado ao Grupo Globo, e a TVA Esportes, em 1993, que se tornaria a ESPN Brasil. Em 2003, é lançado o SporTV 2 e, em 2012, o SporTV 3.

O Grupo Globo promoveu uma nacionalização e unificação pelo rádio, enquanto na TV regionalizava os programas esportivos, acompanhando de um modelo de “morte à concorrência” (COELHO, 2003). Se nos anos de 1970 e 1980, respectivamente, os canais Record e Bandeirantes cediam imagens dos jogos aos concorrentes, para alimentar os noticiários jornalísticos, a TV Globo, quando adquiriu os direitos de transmissão dos principais campeonatos de futebol do país, só empresta parte das imagens após elas serem exibidas em seu principal programa esportivo, o Globo Esporte, e até proíbe que jornalistas concorrentes gravem dentro dos estádios, durante o jogo. Desde então, são inseridos ex-jogadores nas transmissões, sendo menos figuras conhecedoras de aspectos internos do mundo futebolístico do que animadores dos programas.

O jornalismo esportivo contribuiu para uma linguagem própria (temas e expressões) de cada esporte, um maior conhecimento de quem acompanha e um desenvolvimento de base

emocional e de paixão, além da formação de profissionais relacionados à sua cobertura. Através dele, construía-se um grande espetáculo em torno dos eventos esportivos, mesmo quando eram mais enfadonhos, entretanto, isso acontecia mais antigamente, quando da criação dos mitos e do culto aos heróis, sobretudo no futebol, com “olimpianos” ou “heróis esportivos” (BORELLI, 2002; SANTOS; MIRANDA FILHO, 2015). “Os ídolos do esporte tornam-se celebridades, cujas vidas e ações dentro e fora de campo tornam-se produtos de interesse por uma gigante parcela de pessoas, servindo muitas vezes de modelo de conduta ou de figuras que personificam uma posição social almejada” (ALVAREZ, 2013, p. 69).

Antes ainda de Mário Filho, jornalista que nomeia o estádio do Maracanã contribuir para essa reformulação, Leandro (2011) diz que as crônicas esportivas já começavam ser valorizadas em 1912, com a Associação Bahiana de Cronistas Desportivos (ABCD), porém, foi com estes irmãos que as crônicas passaram a ter “vida própria, nem bem podiam ser chamadas jornalismo” (COELHO, 2003, p. 17). A importância histórica que dispensam a esse jornalista é descrita por Capraro (2011) como um trabalho excessivo de publicidade por parte de jornalistas, intelectuais e artistas, capitaneado principalmente por Nelson Rodrigues, para quem o irmão havia fundado o jornalismo esportivo moderno. Esse estilo mais literário de escrever começou a ser confrontado com a verdade da objetividade jornalística a partir dos anos de 1970. “Sair do convencional, sem extrapolar a proposta da objetividade e tornar-se excessivamente passional, nem deixar de passar para o leitor a emoção de uma competição, é o desafio enfrentado atualmente a cada edição pelas editorias de esporte” (LEANDRO, 2011, p. 51). O desafio é ser jornalista e criativo, informar e despertar emoção.

DO VALE TUDO AO MMA

A popularização do MMA no Brasil ainda é recente, podendo ser datada em 2010. Embora os direitos de transmissão do UFC até hoje sejam do Grupo Globo, a Rede TV foi o primeiro canal de aberto do país a veicular um evento da organização – com lutas antigas –, o UFC sem Limites, de 2009 até 2011. O MMA ganhou tanta relevância que é o único esporte a possuir um canal específico, além do futebol. O Premiere Combate surgiu em 2002 e mudou para o nome atual, Canal Combate, em 2009, dedicando sua programação ao MMA, embora outros esportes de luta apareçam com frequência, como boxe e jiu-jitsu brasileiro. O canal possui desde 2015 o Combate Play, aplicativo e plataforma digital, porém, apenas em maio de 2018 o liberaram para quem não possui um pacote de TV a cabo, direto para a internet, como *streaming* (COMBATE..., 2018).

Outro fator preponderante para essa disseminação foi a nomeada “luta do século” em

2011, entre Anderson Silva – na época o maior lutador do UFC – e Vitor Belfort – o mais conhecido lutador do país, por causa da sua participação no *reality show* Casa dos Artistas do SBT, em 2002. No mesmo ano, com o UFC Rio – ou UFC 134 –, pela primeira vez um evento do UFC foi transmitido ao vivo em canais abertos, com o card preliminar exibido pelo site Globo.com e o card principal pela RedeTV e pelo SporTV, e na íntegra pelo Canal Combate. Se nos EUA o MMA só ganhou visibilidade com o TUF, no Brasil não foi diferente.

Após a participação de Anderson Silva nos dois acontecimentos supracitados para a popularização do MMA no Brasil, o TUF na TV Globo, em 2012, consagrou de vez o esporte entre os mais populares, tendo novamente Vitor Belfort como chamariz, sendo um dos técnicos, ao lado de um dos seus rivais e lutadores brasileiros mais renomados da história do MMA, Wanderlei Silva. Ainda assim, Ferreira (2011) acreditava à época que o esporte estava em posições secundárias nos noticiários esportivos, sobretudo em comparação com o futebol. Essa mesma perspectiva é corroborada por Paulo Rodrigues Curi, produtor de eventos de MMA em Belo Horizonte, para quem um dos principais problemas para divulgação é a falta de interesse da mídia especializada em esporte (MIRANDA, 2012).

Os primeiros passos do MMA, contudo, aconteceram quando o Vale Tudo foi criado entre a década de 1920 e de 1930 pela família Gracie, a fim de popularizar o *brazilian jiu-jitsu* (jiu-jitsu brasileiro, ou bjj) e provar que esta era a arte marcial mais efetiva. Com essa perspectiva, sugeriram os Desafios Gracie, quando os membros da família convocavam, em academias e jornais, lutadores do país para lutas sem regras; sobretudo, contra boxeadores, capoeiristas e judocas. A ideia foi inspirada na trajetória de Mitsuyo Maeda, o Conde Koma, que viajou o mundo para provar que o judô era a melhor modalidade de luta, porém, ao chegar ao Brasil na década de 1910, ensinou o jiu-jitsu tradicional ao filho de Gastão Gracie, em Belém. Carlos Gracie vai ao Rio de Janeiro como mestre nesta arte e inicia o ensino do jiu-jitsu brasileiro, trabalho após seu irmão mais novo, Hélio Gracie, adaptar a luta à sua condição física – magro e com saúde debilitada – através das alavancas.

A última década do século passado viu o jiu-jitsu brasileiro chegar aos EUA e ao mundo, quando Rorion Gracie, filho de Hélio, cria em 1993 o *Ultimate Fight* – hoje, *Ultimate Fight Championship* (UFC) – em parceria com Art Davie, publicitário estadunidense, e John Milius, diretor e roteirista de Hollywood – onde Rorion tinha alunos como Mel Gibson e Chuck Norris. Eles queriam provar ao mundo a superioridade do jiu-jitsu brasileiro a partir de lutas com poucas regras – era um “esporte de sangue” (*bloodsport*) em que “não existem regras!” (*there are no rules!*) – entre os principais lutadores das maiores artes marciais. A história do UFC se confunde com a do esporte, com seu início televisivo – mesmo em canal a

cabo –, quando as lutas não tinham tempo para acabar, não existiam juízes, equipamentos ou trajes obrigatórios, separação por peso ou por graduação em uma arte marcial.

O evento inova pelo, hoje simbólico, octógono, ao evitar a fuga dos lutadores pelas cordas do ringue, obrigando-os a uma maior movimentação. O jiu-jitsu brasileiro, para seus adeptos, deveria vencer qualquer adversidade e desigualdade, tanto que o escolhido para representar a luta e a família no UFC foi Royce Gracie, filho de Hélio menos famoso e muito magro. Royce venceu três dos quatro primeiros torneios, UFC 1, 2 e 4, do terceiro se retirou por exaustão, mas ainda invicto. Com sucesso instantâneo, pois o primeiro UFC obteve quase 90 mil compradores de *pay per view*, os políticos dos EUA se mobilizaram para marginalizar aquela “rinha humana”, proibindo a veiculação televisiva e até as competições em alguns estados, revertendo-se completamente só em 2016, quando Nova York aprovou o esporte, último estado estadunidense a fazê-lo.

O Japão também se mostrou rapidamente um país adepto aos esportes com poucas regras, onde o Vale Tudo pode ser datado no final dos anos de 1960 com os eventos promovidos por Antonio Ioki. Em 1985, foi criado o *Shooto* e, em 1997, quando as lutas do UFC foram proibidas, surgia o *Pride Fighting Championships* (Pride), tornando-se o mais relevante do mundo nas artes marciais mistas e o primeiro evento japonês a ser transmitido nos EUA, em 2000. Dez anos depois de sua criação, foi comprado pelo UFC, quando acusações de envolvimento com a máfia japonesa e os resultados fraudados diminuíram a credibilidade da organização. À época, o Brasil tinha o terceiro maior evento, o *International Vale Tudo Championship* (IVC), de 1997 até 2003, com lutadores como Wanderlei Silva, José ‘Pelé’ Landi-Jons, Chuck Lidell, Renato ‘Babalu’ Sobral, Artur Mariano, Carlão Barreto e Wallid Ismail.

Os primeiros “heróis” do esporte surgiram na terra dos samurais, quando se sobressaía o espetáculo no lugar das artes marciais, pois “um evento do esporte não se limita às lutas, sendo transformado, de fato, em um espetáculo” (MIRANDA, 2012, p. 51). Entre esses “mitos”, estão: Rickson Gracie, o maior lutador da história da família inaugurou o evento; os pesos pesados: Fedor Emelianenko, ‘O Último Imperador’, Rodrigo ‘Minotauro’ Nogueira, Mirko ‘CroCop’ Filipović e Bob Sapp; os pesos-médios: Wanderlei Silva, ‘Cachorro Louco’ ou ‘Assassino do Machado’, Quinton ‘Rampage’ Jackson, Dan Henderson, Ricardo Arona, Rogério ‘Minotouro’ Nogueira, Paulão Filho e os irmãos Rua, Maurício ‘Shogun’ e Murilo ‘Ninja’. Além do peso-leve: Takanori Gomi, ‘Fireball Kid’. Outro peso-médio renomado foi Kazushi Sakuraba, ‘O Caçador de Gracies’, primeiro a vencer Royce Gracie, que resolveu se testar no evento japonês após ganhar três torneios do UFC. Outros lutadores fizeram o mesmo

que Royce, como: Murilo Bustamante, à época campeão do peso-médio, Chuck Liddell, ‘O Homem de Gelo’, Vitor Belfort, ‘O Fenômeno’ e os ex-campeões pesos-pesados do UFC, Mark Coleman e Josh Barnett. Mark Hunt, Alistair Overeem e Fabricio Werdum lutaram no Pride, mas só se tornaram relevantes no UFC.

A transformação de atletas em seres quase mitológicos, algo existente desde o período dos gladiadores romanos e intensificado no futebol com a produção midiática das crônicas e do noticiário esportivo – sobre a vida dos atletas dentro e fora de campo – (BORELLI, 2002; COELHO, 2003; LOVISOLO, 2011), acontece também com os lutadores de MMA, sobretudo aqueles contratados pelo UFC, batizados por Galvão Bueno como “gladiadores do terceiro milênio”, com apelidos que reforçam essa perspectiva, como Minotauro, Shogun, Dragão, O Último Imperador, entre outros. Essas estratégias, porém, não se restringem ao jornalismo, pois se valem dos aparatos de entretenimento da mídia, especialmente no caso do Grupo Globo para o MMA, em que os lutadores frequentam dos programas esportivos e jornalísticos aos de entretenimento, para entrevista sobre sua vida ou mesmo para realizar jogos, dicas culinárias e até outras competições, como de dança, no caso dos programas da Ana Maria Braga e do Fausto Silva (FERREIRA, 2011; ALVAREZ, 2013; SANTOS; MIRANDA FILHO, 2015). Tornou-se corriqueiro também a participação de lutadores em programas brasileiros de *talk shows* e até em novelas, que incorporaram esta temática.

A visibilidade midiática não começou, entretanto, nessa época. Os Desafios Gracie e o Vale Tudo já frequentavam o noticiário brasileiro, quando a imagem dos lutadores se desgastou por causa das invasões às academias e das brigas em festas e praias. Essa visão negativa permanece até hoje. O Canal Combate e o SporTV lançaram a campanha “Não brigue, lute”, com cantores, atores e outros artistas com imagem positiva, a fim de dizer que as artes marciais não têm a ver com pessoas violentas. A partir dos anos de 1950, o jiu-jitsu brasileiro ganhou destaque no país por causa de personalidades como: Getúlio Vargas e João Baptista Figueiredo, ex-presidentes, Mario Andreazza Adhemar de Barros e Carlos Lacerda, políticos, sendo este também jornalista, que foi acompanhado pelos colegas da imprensa Roberto Marinho, Mário Rodrigues Filho e Flávio Cavalcanti, além do arquiteto Oscar Niemeyer e do cantor Nelson Gonçalves. Com entusiastas relacionados à imprensa, o Vale Tudo era noticiado em jornais do Rio de Janeiro, como *O Globo*, *Jornal dos Sports*, *Diário da Noite*, *Rio Esportivo* e a revista *Ring*. O primeiro registro midiático é da luta protagonizada por Hélio Gracie em 1932, denominado de “evento de lutas mistas”.

Foi na década de 1950 que o ápice chega aos Desafios Gracie, como em 1951, quando Hélio enfrentou os famosos judocas Jukio Kato – com uma vitória e um empate – e Masahiko

Kimura – com uma derrota –, no estádios do Maracanã e do Pacaembu, repercutindo até na revista *Cruzeiro* (ALVAREZ; MARQUES; 2011; ALVAREZ, 2013). Outra famosa luta aconteceria em 1955 com quase quatro horas de duração, quando Hélio, com mais de 42 anos de idade e quatro de aposentadoria, perdeu para Waldemar Santana, com 18 anos a menos e 30 quilos a mais. A luta rendeu uma crônica de Nelson Rodrigues (FERREIRA, 2011) e o surgimento de outra figura importante para o Vale Tudo: Carlson Gracie, filho de Carlos. Carlson vingou a família meses depois, mas entrou na história dos combates com poucas regras por essa vitória e pela formação de grandes lutadores nas décadas de 1970 até 1990. Em 1958, Flávio Cavalcanti exibiu uma luta de Carlson pela TV Rio, no programa *Noite de Gala*, e, de 1959 até 1962, o programa televisivo *Heróis do Ringue* era veiculado às noites de segunda no Clube de Regatas Flamengo, com Carlson Gracie como estrela.

Carlson e seu primo Rickson Gracie travaram uma rivalidade histórica com a luta livre, desenvolvendo ainda mais o Vale Tudo, mesmo na clandestinidade, com brigas fora de locais apropriados. As proibições levaram o esporte ao Norte e Nordeste, com a TV Pernambucana exibindo o programa *Ringue Torre*, na década de 1960. Dos anos de 1980 no Maranhão, surgiu Rei Zulu, que possuía uma rivalidade com Rickson, com uma das lutas entre eles publicada na revista *Manchete* como “A Noite das Artes Marciais”. Em 1991, realizaram o Grande Desafio, transmitido pela TV Globo, terminando com uma briga generalizada. A exibição para todo o Brasil daquela violência descontrolada custou aos treinadores, praticantes, promotores e amantes do esporte, parecendo mais um acerto de contas entre rivais de gangues do que um evento esportivo. A relação com a mídia mudaria.

O esporte precisava sair da marginalidade e se profissionalizar, por isso, foram propostas diversas mudanças a fim de regulamentá-lo, principalmente, junto às comissões atléticas estadunidenses, investindo em propaganda para humanizar os lutadores e o esporte, abolindo o termo Vale Tudo e inserindo a ideia de artes marciais mistas. Embora as lutas tenham atenuado a violência para se consolidar, sobretudo como esporte capitalista e globalizado, a arte marcial remete ao conflito, em homenagem ao deus romano da guerra Marte (ALVAREZ; MARQUES, 2011; ALVAREZ; 2013). E é assim que o MMA se desenvolve na mesma medida em que o UFC, pois, foram definidas as categorias de peso no UFC 12, adicionadas as luvas específicas obrigatórias no UFC 14, além da proibição paulatina de golpes. Essa profissionalização aconteceu com as Regras Unificadas do MMA em 2000, 70 anos depois do futebol, através do UFC 28, quando são definidos, entre outros aspectos: divisão de peso, nomenclatura, rounds, trajes e equipamentos, arbitragem, julgamento, golpes, advertências, faltas e resultados. Essas regras são atualizadas em 2009,

2012 e 2016. É a transformação gradativa do Vale Tudo em MMA, um verdadeiro esporte.

Sob a presidência de Dana White, que está no cargo desde 2001, o UFC realiza ações para se tornar a maior organização de artes marciais mistas do mundo, como a extinção da concorrência – como Pride, de 1997, comprado e finalizado em 2007, e Strikeforce, com foco no MMA desde 2006, adquirido em 2011 e fechado em 2013 – e a criação em 2005 do reality show *The Ultimate Fighter* (TUF), em que lutadores conviveram trancados em uma casa com lutas eliminatórias entre os participantes, com o vencedor conquistando um contrato com o UFC após derrotar os seus oponentes, uma espécie de Big Brother das artes marciais, com apenas um ganhador ao final. Depois de 13 anos e quase 30 edições, o TUF, antes um formato que salvou o UFC da falência, chega ao fim em 2018 substituído pelo *Dana White's Tuesday Night Contender Series*, de 2017, em que o presidente do UFC seleciona lutadores em eventos semanais, semelhante ao que fazia com o *Looking for a Fight*, de 2015, quando viajava pelos EUA à procura de lutadores para sua organização.

Hoje, além do UFC, estão entre os maiores eventos de MMA do mundo: os estadunidenses Bellator, Invicta FC (destinado ao MMA feminino), LFA, Titan FC, XFC, WSOF; as asiáticas: Brave CF (Bahrein), One FC (Singapura) e Rizin (Japão); os europeus: ACB (Rússia), Cage Warriors (Inglaterra), Cage Rage (Inglaterra) e KWS (Polônia); e os brasileiros Jungle Fight e Shooto Brasil.

METODOLOGIA

As pesquisas sobre jornalismo e MMA no Brasil ainda são escassas, com os estudos acadêmicos na área da Comunicação sobre o esporte enfatizando os aspectos publicitários e de marketing, ou seja, voltados mais às questões de gestão de imagem e até econômicas. E mesmo que textos sobre jornalismo esportivo tenham sido publicados alguns anos após a profissionalização do MMA, isto é, depois da consolidação das regras unificadas do esporte, eles não o contemplam como uma das modalidades desta prática jornalística. Como o objetivo principal deste projeto é identificar as especificidades do jornalismo especializado em MMA nos sites, canais de Youtube e de TV brasileiros, através do perfil das empresas e das características dos produtos, esta pesquisa será do tipo descritiva, ainda que realizemos algumas etapas de uma pesquisa explicativa, pois caracterizaremos as empresas e as produções digitais especializadas em MMA ao avaliá-las como produtos jornalísticos.

Em comparação com o futebol, que praticamente guiou o aprimoramento das produções jornalísticas esportivas com sua profissionalização, sobretudo nos anos de 1960, o MMA seguiu um caminho um semelhante, uma vez que primeiro surgiram os meios de

comunicação especializados, na época do Vale Tudo, acompanhando esta modalidade da luta até ela se tornar, de fato, um esporte, com as regras unificadas em 2000. Esta profissionalização do MMA resvalou no jornalismo e permitiu que o segmento se desenvolvesse, não só com o aumento de blogs, sites e editorias próprias, mas até com agência de notícias e, mais recentemente, canais de Youtube. O Vale Tudo, todavia, desde o início do século 20, já era noticiado por causa dos Desafios Gracie, com a prática acontecendo até o início dos anos de 1990, antes mesmo das produções especializadas, algo que se perdeu um pouco após os casos de violência em torno do esporte, devido às brigas entre lutadores, e não às lutas – estas, sim, esportivas. O esporte e a mídia sempre se relacionam e se interferem mutuamente (SANFELICE, 2010), desde o comportamento dos atletas e os produtos colecionáveis e utilizáveis até a transmissão e as próprias regras da modalidade.

Existem paralelos que podem ser traçados através do jornalismo esportivo ao longo dos anos, notadamente pela perspectiva do futebol, com o que ocorre atualmente na cobertura do MMA. Os jornalistas que cobriam inicialmente este esporte, sobretudo quando ele ainda não era considerado desta maneira, ou seja, quando tinha a nomenclatura de Vale Tudo, possuem uma relação de proximidade e até de amizade com os atletas, seus treinadores e seus empresários. No futebol, isso aconteceu, principalmente, com a relação de proximidade dos jornalistas com os jogadores, os técnicos e os cartolas, como até hoje pode ser observado. Esses laços quando extrapolam o profissional e se tornam quase de amizade podem atrapalhar o jornalista em sua missão de tratar a informação com certa isenção, com os profissionais, frequentemente, acusados de favorecimento, por conta de um clube, no futebol, ou de um atleta e sua equipe, no MMA.

A mistura na redação de ex-atletas com jornalistas é algo que também acontece no MMA, aumentando as críticas em relação ao julgamento dos profissionais que trabalham na mídia com este esporte, por causa de análises mal feitas, de desconhecimentos das regras e de valorização exacerbada dos lutadores e das academias do Brasil, o “pachequismo”. Segundo Miranda (2012), a inserção desses lutadores existe por causa dos espectadores qualificados, uma vez que normalmente praticam alguma modalidade de luta, fazendo com o que esses profissionais tenham até mais credibilidade e conhecimento do que um jornalista, no tocante aos treinamentos, às negociações, aos eventos e às demais preparações. Essa mescla nas empresas especializadas em MMA é histórica, de acordo com Ferreira (2011), porque esta modalidade jornalística era pouco expressiva quando surgiram as primeiras revistas que abordavam o esporte – ainda que fossem majoritariamente destinadas ao jiu-jitsu brasileiro –, como Tatame, de 1994, e Gracie Mag, de 1996, (NASCIMENTO et al., 2011) além do

primeiro programa televisivo, o Passando a Guarda, no canal SporTV, apresentado por Jorge ‘Joinha’ Guimarães (RAUPP, 2012).

Com a proliferação de produtos midiáticos especializados em MMA no Brasil, apostamos em um corpus múltiplo, ainda que realizemos uma delimitação mais específica posteriormente entre os principais sites, canais de Youtube e de TV, com avaliações sistemáticas e assistemáticas, a fim de garantir que exemplos produtivos fora do corpus não sejam descartados. As revistas Gracie Mag e Tatame, por exemplo, existem até hoje, embora surgidas país ainda nos anos de 1990, além da mais recente PVTmag, vinculada ao Portal do Vale Tudo, de 2001. Na televisão, o Canal Combate possui direito de imagem e de transmissão do UFC no país desde 2002, como já explicitado. O Grupo Globo, equiparável ao que fizeram com os campeonatos brasileiros de futebol em relação à proibição dos vídeos pela concorrência, agora já dentro da lógica midiática digital, denunciou diversos canais de Youtube que realizavam análise das lutas e dos eventos do UFC, mesmo que eles não chegassem a usar sequer um minuto do vídeo da transmissão oficial. Dez anos depois, em 2012, surge a primeira agência de notícias brasileira especializada em MMA, a Ag. Fight.

Os principais sites jornalísticos brasileiros especializados em MMA são: Combate.com – *hotsite* específico dentro do Globo Esporte –, Portal do Vale Tudo (PVT) – hospedado no UOL –, Super Lutas – vinculado ao portal iG –, MMA Brasil e Sexto Round; em grandes portais e sites jornalísticas, como Terra, UOL e Yahoo!, existe somente uma editoria generalista como Esportes, ainda que o iG e o Esporte Interativo apresentem, de modo amplo, a seção Lutas, mesmo que trabalhem majoritariamente com MMA. Os sites menores são muitos, como Nocaute na Rede, MMA Premium, MaisMMA, entre outros. Os principais canais de Youtube autóctones – isto é, aqueles criados especificamente para esta rede social, sem outro espaço que o sustente – são: Cage of Bones MMA, Canal Encarada, Confraria da Porrada, Diretasso, MMA Debate, Nocaute, Porrada e Vitor Miranda (lutador do UFC), além dos canais que fazem parte dos sites supracitados.

Ao situar o lugar do MMA entre as modalidades do jornalismo esportivo, este projeto identifica as especificidades do jornalismo especializado em MMA, procurando, em seguida, traçar um paralelo historiográfico entre o desenvolvimento deste esporte e da sua cobertura jornalística – com especial atenção às produções dos anos de 1990 e do início do século 21 –, ao apontar marcos históricos para o MMA – como a sua maior profissionalização ao definir as regras unificadas – e para o jornalismo especializado nesta modalidade esportiva – com revistas e programas televisivos, além de blogs, sites, canais de Youtube e de TV.

Após esta primeira etapa, a ideia é desenvolver esta pesquisa através dos aspectos de

agendamento a partir das temáticas trabalhadas pelo jornalismo especializado em MMA em sites, canais de Youtube e de TV, que parecem diversas, não se restringindo a assuntos factuais do esporte – como o calendário de eventos, preocupação de Borelli (2002) e Coelho (2003) para o jornalismo esportivo de modo amplo. Mesmo que não possamos neste momento apontar as frequências e as disposições dessas abordagens, percebemos, de maneira assistemática, a existência de algumas perspectivas trabalhadas nesses espaços, para além das matérias factuais, como: dados históricos do esporte, de datas comemorativas até realizações de atletas – como as seções Baú do Alonso, no PVT, e Flashback, no Sexto Round, e os vídeos regulares do canal Confraria da Porrada; drogas de melhora de performance e testes anti-doping; relacionamento dos dirigentes das organizações com os seus atletas, especialmente Dana White do UFC, Scott Coker do Bellator e Sakakibara do Rizin; aspectos econômicos das organizações e dos atletas, desde bolsas, premiações e publicidades até a situação econômica dos países relacionados aos eventos e aos lutadores (MATOS, 2018) – como a seção *The Ultimate Business*, no MMA Brasil, e os vídeos semanais nos canais Diretasso e Nocaute; relação entre os eventos, enfatizando as concorrências ou colaborações entre eles; até o machismo no MMA se tornou pauta há alguns anos, quando o assunto tomou conta das redes sociais (MATOS, 2015).

Antes da última etapa, pretende-se investigar as fontes, os gêneros jornalísticos e os enquadramentos das produções desses sites, canais de Youtube e de TV especializados em MMA, com corpus melhor definido após as avaliações sobre agendamento, ainda que prezemos por uma investigação contínua, a fim de que exemplos produtivos não sejam excluídos. Por fim, serão entrevistados jornalistas, editores e demais profissionais relacionados com a produção de conteúdo do corpus estudado. A intenção é esmiuçar aspectos sobre a empresa – como história, intenção, equipe, rotina, modelo de negócio e relação com o público – e o produto – como periodicidade, linha editorial, gênero, pauta e inovação.

PRODUTOS ESPERADOS COMO RESULTADO

Participação em congressos acadêmicos reconhecidos na área da Comunicação para debates qualificados sobre a pesquisa, com circulação dos resultados preliminares e finais.

Publicação em periódicos qualificados na área da Comunicação com extrato qualis A1, A2, B1 ou B2.

Produção de dois relatórios técnicos com resultados preliminares e finais, após um ano da pesquisa e ao final do projeto.

Orientação de ao menos um trabalho de iniciação científica no período de efetivação do projeto, além do profissional bolsista de Desenvolvimento Tecnológico e Industrial (DTI).

Inclusão do conteúdo da pesquisa em disciplina optativa do curso Jornalismo da Universidade Federal de Rondônia (UNIR).

Divulgação dos resultados da pesquisa nos principais sites, canais de Youtube e de TV brasileiros especializados MMA, repercutindo as principais informações nos próprios objetos do estudo, a fim de ampliar a repercussão e a relevância social da pesquisa

POTENCIAL DE IMPACTO DOS RESULTADOS

Os impactos dos resultados deste projeto de pesquisa devem seguir três critérios possíveis de serem quantificados. Cada um dos critérios pretende dar conta de uma nuance observável: operacional e potencial de impacto, com cada indicador classificado entre 1 e 5, em que 1 é Insuficiente, 2 é Regular, 3 é Suficiente, 4 é Bom, e 5 é Ótimo, de acordo com o que se espera até a conclusão deste projeto. Este quantitativo considera as atribuições de cada membro do projeto, coordenador, bolsista de Desenvolvimento Tecnológico e Industrial (DTI) e estudante iniciação científica, ocorrendo a cada seis meses e com avaliação expressa nos relatórios de pesquisa previstos no cronograma.

Indicador operacional – refere-se ao fluxo da pesquisa: cumprimento do cronograma pelos membros e pela agência de fomento, no tocante os recursos e à sua utilização e às demais atividades. Este indicador permite a realização de adequações ao longo do processo de pesquisa e especialmente projetar o cumprimento dos objetivos dentro do prazo estipulado.

Indicador de potencial de impacto – aqui se trata da repercussão dos resultados alcançados pela pesquisa junto a grupos de pesquisadores nacionais da área da Comunicação. A aferição objetiva pode ser feita a partir do aceite das publicações em congressos e periódicos qualificados, ou mesmo em publicação de livros e em coletâneas.

Aponta-se ainda como possíveis impactos e resultados desta pesquisa:

(1) Contribuição com estudos estruturados sobre jornalismo esportivo, especialmente com ênfase na modalidade do MMA, ainda pouco explorada pelas pesquisas na área da Comunicação.

(2) Formação científica com o fortalecimento e a fixação de pesquisadores iniciantes da área da Comunicação em Rondônia, pouco efetiva em comparação às regiões do país, através de um profissional bolsista DTI deste projeto e ao menos um estudante de iniciação científica.

(3) Estímulo da pesquisa na área da Comunicação em Rondônia e na região Norte,

com baixo impacto, através da circulação dos resultados deste projeto e das parcerias a serem efetivadas.

(4) Fortalecimento do Grupo de pesquisa COMtatos, de Rondônia, na área da Comunicação, com os resultados das pesquisas e da circulação dos pesquisadores, uma vez que já promove eventos acadêmicos, publica em congressos e periódicos da área, além de contar pesquisas de iniciação científica com financiamento (CNPq, Fapero e UNIR) e projetos aprovados em agências como Capes, CNPq e Fapero.

COLABORAÇÕES OU PARCERIAS JÁ ESTABELECIDAS

Grupo de pesquisa em Espaços e Temporalidades Comunicacionais (COMTatos) da Universidade Federal de Rondônia (UNIR).

PERSPECTIVAS DE COLABORAÇÕES INTERINSTITUCIONAIS

Grupo de pesquisa em Jornalismo On-line (GJOL) da Universidade Federal da Bahia (UFBA), que desenvolve pesquisa sobre jornalismo digital no Brasil desde 1996 e do qual o proponente foi membro de 2011 até 2017, no período do mestrado e doutorado.

Grupo de pesquisa Mídia, Jornalismo Audiovisual e Educação (MJAE) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), através da pesquisadora Juliana Fernandes Teixeira, da Universidade Federal do Piauí (UFPI).

RECURSOS FINANCEIROS DE OUTRAS FONTES APROVADOS

Não se aplica.

DISPONIBILIDADE EFETIVA DE INFRAESTRUTURA E DE APOIO TÉCNICO

O Departamento de Ciências da Informação e da Comunicação da Universidade Federal de Rondônia (UNIR) disponibiliza, no campus José Ribeiro Filho, em Porto Velho, computador e sala para orientação.

CRONOGRAMA

2019						
	Mar./Abr.	Mai./Jun.	Jul./Ago.	Set./Out.	Nov./Dez.	Jan./Fev.
Ajustes do projeto	X					
Leitura específica	X	X	X	X	X	

Encontro orientado		X	X	X	X	X
Iniciação científica			X	X	X	X
Produção para evento		X	X			
Produção para periódico				X		
Avaliação dos sites					X	X
Avaliação dos canais de Youtube e de TV					X	X
Elaboração de relatório						X

2020						
	Mar./Abr.	Mai./Jun.	Jul./Ago.	Set./Out.	Nov./Dez.	Jan./Fev.
Leitura específica	X	X				
Encontro orientado	X	X	X	X	X	
Iniciação Científica	X	X	X			
Avaliação dos sites	X					
Avaliação dos canais de Youtube e de TV	X					
Produção para evento		X	X			
Produção para periódico				X		
Entrevista com jornalistas e produtores de conteúdo			X			
Elaboração de relatório					X	X

ORÇAMENTO

CUSTEIO (passagens)					
Item	Finalidade	Mês	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Passagens (ida e volta) Porto Velho-Rio de Janeiro	Entrevista com produtores de sites, canais de Youtube e de TV	Jul. 2020	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Passagens (ida e volta) Porto Velho-São Paulo	Entrevista com produtores de sites e canais de Youtube	Jul. 2020	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
TOTAL					R\$ 3.000,00

CUSTEIO (diárias)

Item	Finalidade	Mês	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Diárias no Rio de Janeiro	Entrevista com produtores de sites, canais de Youtube e de TV	Jul. 2020	3	R\$ 320,00	R\$ 960,00
Diárias em São Paulo	Entrevista com produtores de sites e canais de Youtube	Jul. 2020	3	R\$ 320,00	R\$ 960,00
TOTAL					R\$ 1.920,00

CAPITAL (equipamentos e material permanente)					
Item	Finalidade	Mês	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Notebook	Entrevista on-line em vídeo com produtores de sites e canais de Youtube e produção científica	Abr. 2019	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
HD externo portátil 1Tb	Armazenamento das entrevistas e do material desenvolvido pelos pesquisadores	Mai. 2019	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
TOTAL					R\$ 2.800,00

CAPITAL (material bibliográfico)					
Item	Finalidade	Mês	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Livros sobre MMA e Vale-Tudo	Estudos dirigidos com bolsista DTI deste projeto e estudante de iniciação científica	Mar. até Jun. 2019	7	R\$ 40,00	R\$ 280,00

BOLSA					
Item	Finalidade	Mês	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Bolsa de Desenvolvi-	Contribuição para alcançar	Mai. 2019 até Dez. 2020	20	R\$ 1.100,00	R\$ 22.000,00

mento Tecnológico e Industrial (DTI), nível C	os objetivos desta pesquisa na avaliação de todo o corpus				
---	---	--	--	--	--

ORÇAMENTO TOTAL	R\$ 30.000,00
------------------------	----------------------

REFERÊNCIAS

ALVAREZ, Fábio. **A domesticação da violência**: os processos comunicacionais da rede globo de televisão na abordagem do MMA (artes marciais mistas). Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP, 2013.

ALVAREZ, Fábio; MARQUES, José. Breves questionamentos sobre o fenômeno midiático do MMA – Mixed Martial Arts (Artes Marciais Mistas). In: Anais do **XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Recife, 2011.

BORELLI, Viviane. O esporte como uma construção específica no campo jornalístico. In: Anais do **XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Salvador, 2002.

CAPRARO, André. Mario Filho e a “invenção” do jornalismo esportivo profissional. **Movimento**, Porto Alegre, v. 17, n. 2, p. 213-224, abr./jun. 2011.

COELHO, Paulo. **Jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.

COMBATE anuncia novo serviço para atender fãs de lutas direto pela internet. **Combate.com**, publicado em 09 mai. 2018. Disponível em: <<https://sportv.globo.com/site/combate/noticia/combate-anuncia-novo-servico-para-atender-fa-de-lutas-direto-pela-internet.ghtml>>. Acesso em: 27 jul. 2018.

FERREIRA, Fernanda. **MMA no Brasil**: cobertura, espetáculo e formação de mitos no antigo 'Vale-Tudo'. Monografia (Graduação em Jornalismo). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

LEANDRO, Paulo. **Ba-Vi: da assistência à torcida**. A metamorfose nas páginas esportivas. Tese (Doutorado em Cultura e Sociedade). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2011.

_____. Jornalismo esportivo como especialização capaz de ampliar a autonomia em relação as fontes interessadas em desenvolver carreira política. **Diálogos possíveis**, Salvador, v. 4, n. 1, p. 65-73, 2005.

LOVISOLO, Hugo. Jornalismo e esporte: linguagem e emoções. **Corpus et Scientia**, Rio de Janeiro, ano 7, vol. 7, n. 2, novembro, p. 91-99, 2011.

MATOS, Alexandre. Sinal de alerta no MMA. **MMA Brasil**, publicado em 19 jul. 2018. Disponível em: <<http://mmabrasil.com.br/sinal-de-alerta-no-mma>>. Acesso em: 11 set. 2018.

_____. Machismo no MMA: por que não falar sobre? **Sexto Round**, publicado em 14 abr.

2015. Disponível em: <<http://sextoround.com.br/18981-machismo-no-mma-por-que-nao-falar-sobre/>>. Acesso em: 19 jul. 2018.

MIRANDA, Fernanda. O MMA no Brasil: um panorama da modalidade. **Esporte e Sociedade**, ano 7, nº 19, p. 50-70, mar. 2012.

NASCIMENTO et al. Virilidade e competição: masculinidades em perfis de lutadores das Revistas Tatame e Gracie. **Memorandum**, Belo Horizonte e Ribeirão Preto-SP, v. 21, 195-207, out. 2011.

RAUPP, 2012. O ‘sobrevivente’ Joinha: de andarilho da vida a agente de estrelas do MMA. **Combate**, publicado em 04 dez. 2012. Disponível em: <<http://sportv.globo.com/site/combate/noticia/2012/12/o-sobrevivente-joinha-de-andarilho-da-vida-agente-de-estrelas-do-mma.html>>. Acesso em: 11 set. 2018.

SANFELICE, Gustavo. Campo midiático e campo esportivo: suas relações e construções simbólicas. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 31, n. 2, p. 137-153, jan. 2010.

SANTOS, Igor; MIRANDA FILHO, Vamberto. Considerações sobre mídia e “heróis esportivos” do Mixed Martial Arts. **Motrivivência**, v. 27, nº 44, p. 207-218, mai. 2015.

SILVEIRA, Nathália. **Jornalismo esportivo**: conceitos e práticas. Monografia (Graduação em Jornalismo). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.