

O ESPORTE SOCIAL COMO INSTRUMENTO DE DESENVOLVIMENTO LOCAL: ANÁLISE DA EXPECTATIVA DE JOVENS DO INSTITUTO IRMÃOS NOGUEIRA SOB A INFLUÊNCIA DA MÍDIA

SOCIAL SPORT AS A LOCAL DEVELOPMENT INSTRUMENT: ANALYSIS OF THE EXPECTATION OF YOUNG PEOPLE OF THE INSTITUTO IRMOS NOGUEIRA UNDER THE INFLUENCE OF THE MEDIA

Raphael Hamdam da Luz

Bacharel em Educação Física pelo Centro Universitário Augusto Motta (UNISUAM),
Rio de Janeiro, RJ, Brasil
E-mail: jorge.columa@gmail.com

Felipe da Silva Triani

Mestre em Humanidades, Culturas e Artes pela Universidade do Grande Rio (UNIGRANRIO), Rio de Janeiro, Brasil
E-mail: felipetriani@gmail.com

José Teixeira de Seixas Filho

Doutor em Zootecnia pela Universidade Federal de Viçosa (UFV), Viçosa, Brasil
E-mail: seixasfilho@yahoo.com.br

Jorge Felipe Fonseca Moreira (Columá)

Doutor em Educação Física e Cultura pela Universidade Gama Filho (UGF),
Rio de Janeiro, Brasil
E-mail: jorgecoluma@gmail.com

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo divulgar a utilização do esporte como ferramenta para promover nos jovens de comunidades vulneráveis o desenvolvimento local tendo como instrumento de estímulo a expectativa gerada pela mídia nos alunos de Artes Marciais Mistas (MMA) do Instituto Nogueira. Foi aplicada a técnica do questionário com 18 alunos, com a faixa etária entre 12 e 17 anos, sendo 13 meninos e cinco meninas, todos matriculados no instituto localizado na comunidade Manginhos, na zona da Leopoldina da cidade do Rio de Janeiro. Os resultados demonstram que ocorreu estímulo positivo nos jovens, por meio dos mecanismos de persuasão realizados pela mídia. A maioria percebeu no MMA uma chance de ascensão social, além de conquistar um corpo ideal semelhante ao dos lutadores apresentados pela mídia.

Palavras-chave: Desenvolvimento local, artes marciais, mídia, inserção social, esporte.

ABSTRACT

The purpose of this study was to disseminate the use of sport as a tool to promote the local development of the youth of vulnerable communities, using as an instrument to stimulate the expectations generated by the media in the mixed martial arts (MMA) students of the Nogueira Institute. The questionnaire technique was applied to 18 students, aged between 12 and 17 years, 13 boys and five girls, all enrolled in the institute located in the Manguinhos community, in the Leopoldina area of the city of Rio de Janeiro. The results demonstrate that positive stimulus occurred in young people, through the mechanisms of persuasion carried out by the media. Most have noticed in MMA a chance of social ascension, besides conquering an ideal body similar to the fighters presented by the media.

Keywords: Sustainability; Complexity; Health Organization; Economic objectives; Growth/development.

1 INTRODUÇÃO

As Artes Marciais Mistas, conhecida como MMA (*Mixed Martial Arts*), é um tipo de luta que inclui golpes para combate, sendo praticados em pé ou usando técnicas que utilizam o chão para facilitar o golpe (DEMÉTRIO; MACHADO, 2013).

O MMA tem como objetivo principal colocar dois lutadores (concorrentes) que tentam derrotar o outro utilizando diversas técnicas com golpes variados, chegando a valer a imobilização do adversário (MIRANDA FILHO; SANTOS, 2014).

De acordo com Alves e Carli (2012) a história da luta tem base ilustrada nas brigas bíblicas de Cain e Abel sem esquecer os combates no Egito dos Faraós, na Índia e na Grécia, como as batalhas para defender e conquista de bens materiais e políticos.

A história da luta apresenta indícios na Grécia com uma modalidade de combate intitulada de Pancrácio. Essa luta correspondia ao principal representante do combate, tendo sido introduzida nos Jogos Olímpicos da antiguidade (TRIANI, 2016).

Com o passar do tempo, depois da Primeira Guerra Mundial, essa luta retorna e cresce em duas vertentes, sendo uma destinada a competição real e a outra para exposições coreográficas diante de público. Nesse sentido e em relação à modernidade do esporte, o MMA tem sua raiz presa ao Brasil e Japão pelas lutas de “vale-tudo” e “shootwrestling” respectivamente (AWI, 2012).

Apesar do papel importante que os brasileiros lutadores de jiu-jítsu tiveram os créditos não devem ser dados exclusivamente a estes, uma vez que os mesmos contaram com o antagonismo vindo de outras modalidades como capoeira, judô, karatê, boxe, luta livre, Muay Thai, Kickboxing, luta olímpica (*wrestling*), kung fu e das modalidades dispostas a medir forças, englobando no MMA atletas amadores e

mediáticos, que foram os responsáveis pelo crescimento da modalidade “vale-tudo”, até os anos 1950 e por sua retomada a partir da década de 1980 (AWI, 2012).

Nessa perspectiva, Miranda Filho e Santos (2014) ainda afirmaram que o MMA surgiu no início do Século XXI, substituindo a já mencionada modalidade do antigo “Vale Tudo” iniciada em 1920, no Brasil pela família Gracie. No entanto, foram por meio das transmissões dos combates, mediante os canais de televisão que o esporte se tornou mundialmente conhecido, adquirindo constante evidência na mídia.

No que se refere ao início do “vale-tudo”, o mesmo tem origem por influência de Carlos Gracie como um dos incentivadores das competições de luta no Brasil, sendo o criador do “Desafio do Gracie” que posteriormente ficou mais conhecido com Rickson Gracie e família como duelos de luta “vale-tudo” até então sem a divulgação da mídia. Já no Japão, Antoniolnoki montou uma série de sequência de lutas de artes marciais mistas impulsionando o início do “*shootwrestling*”. Nos Estados Unidos da América a popularidade do MMA cresceu cerca do ano de 1993 quando Rorion Gracie e sócios criaram o 1º torneio de *Ultimate Fighting Championship* (UFC) gerando muito sucesso, tanto que no ano seguinte os japoneses criaram o *Free Style Japan* formando os dois maiores torneios de UFC do mundo (DEMÉTRIO; MACHADO, 2013).

Com o decorrer de alguns anos o esporte teve uma fase de altos e baixos chegando a prejudicar seus valores e até efetivamente perder seu valor oficial, com isso no ano de 2001 o ex-boxeador Dana White com mais dois amigos compraram o UFC, introduzindo diversas mudanças na regra para conseguir legalizar o esporte nas diferentes regiões dos Estados Unidos da América. Em 2007 o UFC conseguiu comprar o PRIDE levando os atletas (lutadores) do Japão para os EUA transformando o UFC a maior organização de artes marciais mistas do mundo (MIRANDA FILHO; SANTOS, 2014).

Assim, hoje o UFC conseguiu conquistar 90% do mercado relacionado a luta do MMA, atraindo a mídia para ser seu maior alvo de marketing divulgando a luta, atletas e a marca do evento. Além disso, a luta na qualidade de esporte social vem sendo utilizada como estratégia de desenvolvimento local, revertendo situações de risco nos jovens de amplitude internacional, já difundido pela mídia, onde transformam em protagonistas do esporte, jovens que trilharam o caminho da disciplina e da esperança, deixando para trás a vida fácil e marginal das comunidades em estado de vulnerabilidade.

Dentre os locais que sofrem com a vulnerabilidade social está o Complexo de Manguinhos, comunidade que ficou conhecida pelos altos índices de assalto e então nele foi colocada uma base da UPP (Unidade de Polícia Pacificadora), inaugurada no dia 16 de janeiro de 2013, com o intuito de diminuir o número de criminalidade existente no Complexo de Manguinhos que têm os seguintes bairros: Manguinhos, Vila Turismo, Parque João Goulart, Parque Carlos Chagas (ou Varginha), Parque Oswaldo Cruz (ou Amorim), CHP2 (ou Vila União), Conjunto Nelson Mandela, Higienópolis, Vila São Pedro

e Vitória de Mangueiros, formando o Complexo de Mangueiros, contendo cerca de 35 mil habitantes, segundo dados do Instituto Pereira Passos (GEO RIO, 2014).

E nesse complexo de Mangueiros foi implantada uma unidade de academia dos irmãos Nogueira, chamada de Instituto Irmãos Nogueira, um projeto social que têm o propósito de levar o esporte, por meio da luta marcial, para todos e em qualquer lugar, com a intenção de afastar as crianças da criminalidade, dando uma oportunidade para a cidadania.

O instituto foi inaugurado em 14 de junho de 2012 com a parceria da Secretaria de Estado de Assistência Social e Direitos Humanos (SEASDH) com os irmãos Rogério Minotouro e Rodrigo Minotouro, consagrados lutadores pela mídia internacional, sendo os idealizadores do Instituto Irmãos Nogueira.

O espaço oferece aulas de artes marciais para cerca de 500 jovens, de 12 a 29 anos da comunidade com a intenção de treinar, profissionalizar e capacitar jovens atletas para competir em torneios. O instituto oferece as modalidades de Boxe Tailandês, de Karatê, de Boxe Clássico, de Jiu-jítsu, de MMA, de Capoeira e de Luta Livre.

Pelo exposto, o objetivo do presente trabalho foi fornecer informações sobre este instrumento de desenvolvimento local e o comportamento dos jovens de comunidades vulneráveis que se baseiam nas informações sobre a influência da mídia, que ajudam a compreender o que transpassa a popularização do MMA na sociedade, visando divulgar a expectativa gerada por esta projeção nos alunos do Instituto Nogueira, relacionando o seu futuro ao MMA, identificando ainda suas expectativas em relação ao esporte como instrumento de melhoria da sua qualidade de vida e de seus familiares no futuro.

2 METODOLOGIA

O presente estudo foi realizado no Instituto Irmãos Nogueira localizado no Complexo de Mangueiros, uma comunidade da zona da Leopoldina da Cidade do Rio de Janeiro.

Participaram do estudo 18 alunos do Instituto Irmãos Nogueira, oficialmente matriculados em escolas regulares, com a faixa etária entre 12 e 17 anos, sendo 13 meninos e cinco meninas, que foram entrevistados por meio de questionário, que serviu como instrumento de aproximação para coleta de parâmetros que basearam este estudo.

Trata-se de uma pesquisa exploratória, de abordagem qualitativa, seguindo o método de Novikoff (2010) tendo como estratégia de aproximação o estudo de campo, por meio de questionário, que estuda os fenômenos no ambiente em que eles se apresentam (SEVERINO, 2007).

A confecção do questionário foi baseada nos estudos de Mattos (2017) que possuía questões com o objetivo de conhecer as expectativas de futuro dos alunos do instituto, sua ocupação social e seus anseios quanto especificamente ao MMA.

Cabe destacar que todos os alunos participaram como voluntários e concordaram em participar da investigação mediante assinatura do termo de consentimento livre e esclarecido que foi assinado pelos responsáveis dos menores.

3 RESULTADOS

Pode-se observar que todos os alunos do instituto estavam matriculados na escola regular, com frequência e aproveitamento registrados. Estes alunos que frequentam instituição de ensino, muitas vezes o estão por ser um pré-requisito para a sua inscrição no instituto. Além disso, foi observado que uma parcela destes participantes do instituto também trabalha.

Uma das questões fazia referência ao desejo de ingressar no ensino superior (Figura 1). Pode-se observar pelas respostas ao questionamento em relação ao futuro como ingressantes ao terceiro grau e se tornarem profissionais de nível superior, que a maioria, ou seja, 44% da população entrevistada, constituída do sexo masculino, respondeu que possui esta intenção, exceto oito alunos que pretendem parar no Ensino Médio. Por outro lado, apenas 28% das meninas pretendem alcançar o Ensino Superior. A mesma proporção da população de aprendizes de lutadores não soube responder ao questionamento.

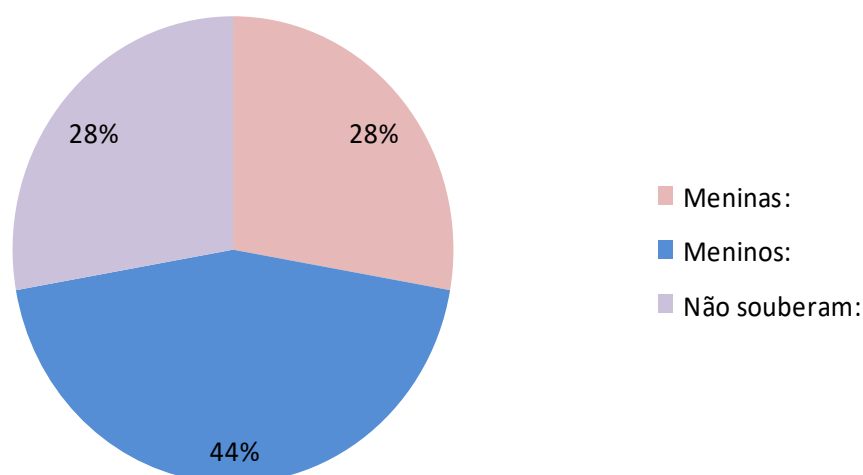


Figura 1: Resultado do percentual de alunos que participam do Instituto Irmãos Nogueira e que responderam pretender ingressar no ensino superior

Fonte: dados da pesquisa

Estes achados representam uma realidade de expectativa vivida pelos jovens moradores em comunidades vulneráveis, como os participantes do instituto, em relação aos seus anseios quanto ao ingresso no Ensino Superior, como um caminho para a sua ascensão social e mudança para uma condição sem vulnerabilidade, utilizando-se do projeto do Instituto Irmãos Nogueira.

Por outro lado, a pesquisa mostrou dados preocupantes, como os dos jovens que correspondem a 28% dos participantes que ainda não têm opinião formada sobre o interesse de ingresso no ensino superior, que pode ser um indicativo do descrédito no futuro, tornando-se alvo da ascensão fácil, que nestas comunidades, assim como na sociedade, de modo geral, não se consegue pelo caminho da educação e do trabalho. Ações deverão ser programadas com mais intensidade e cuidados para com estes jovens, mostrando as estatísticas, por exemplo, dos que pensavam na vida fácil.

Os resultados obtidos sobre o questionamento das profissões pretendidas (Figura 2) podem, de certa forma, explicar a negativa da entrada no Ensino Superior do questionamento anterior por cerca de $\frac{1}{4}$ dos participantes, uma vez podendo servir como justificativa a este fato, pois quase metade dos participantes disse ter interesse em seguir carreira como profissionais do esporte, profissão que não necessita, obrigatoriamente, do ingresso no Ensino Superior. Nessa perspectiva, Betti (1998) assinalou que devido à facilidade que a televisão e a internet têm em transmitir suas informações acaba influenciando um número expressivo de pessoas, aumentando a procura pela prática do esporte e o conhecimento que se têm dele hoje em dia.

A Modalidade de Artes Marciais Mistas (MMA) é o principal esporte de combate divulgado nas mídias, principalmente pelo *Ultimate Fighting Championship* (UFC) que apresenta um espetáculo esportivo e garante, nos tempos atuais, amantes do esporte pelos canais de televisão e internet para atrair o fim lucrativo tão requisitado para o sucesso e a sobrevivência da empresa UFC (MIRANDA FILHOS; SANTOS, 2014). Esse esporte espetáculo vende um imaginário, no qual os jovens praticantes do esporte se espelham, na esperança de que é possível tornar-se um profissional do esporte e conquistar ascensão social. Porém, o que o esporte social pressupõe não é a formação do profissional do esporte somente, mas, principalmente, a formação do cidadão.

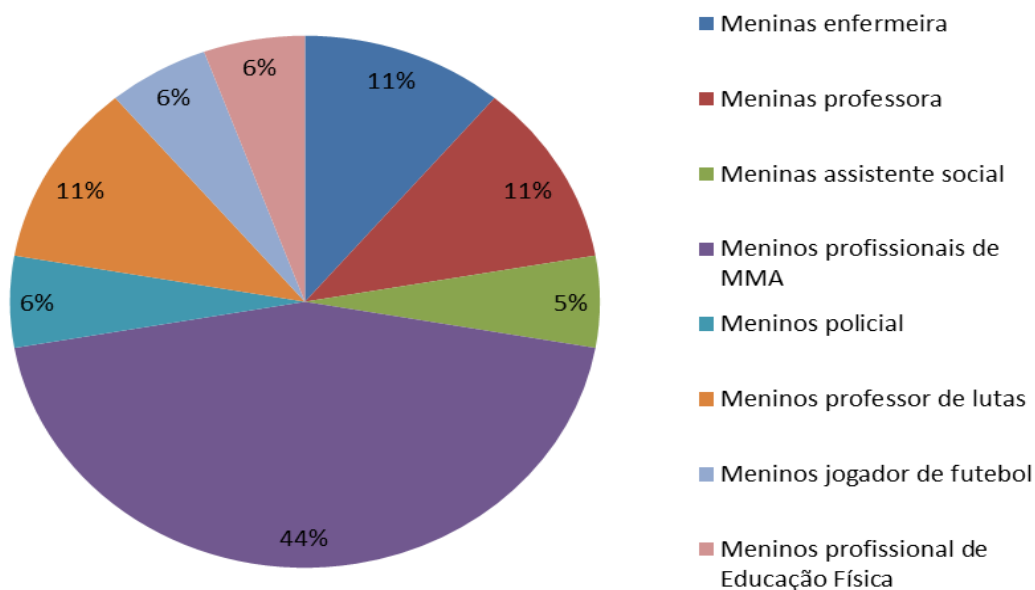


Figura 2: Expectativa de profissão pretendida pelos alunos de MMA do instituto Irmãos Nogueira que participaram da pesquisa.

Fonte: dados da pesquisa

Para mensurar o potencial de influência que a mídia exerce na busca pela prática esportiva, foi questionada a influência da mídia para que os jovens tomassem conhecimento do MMA, (Figura 3).

Pelos resultados pode-se perceber que o MMA teve uma ascensão vinda por meio da mídia em geral, contudo, a maioria das respostas, ou seja, a metade da população dos alunos de MMA respondeu descobrir o esporte pela televisão, a segunda maior resposta foi através de amigos, correspondendo a mais de ¼ da população. Pode-se notar que os vídeos de lutas influenciaram ao terceiro maior grupo de alunos (17%) pela internet e somente um aluno (5%) foi por meio da família por já praticar também esta atividade.

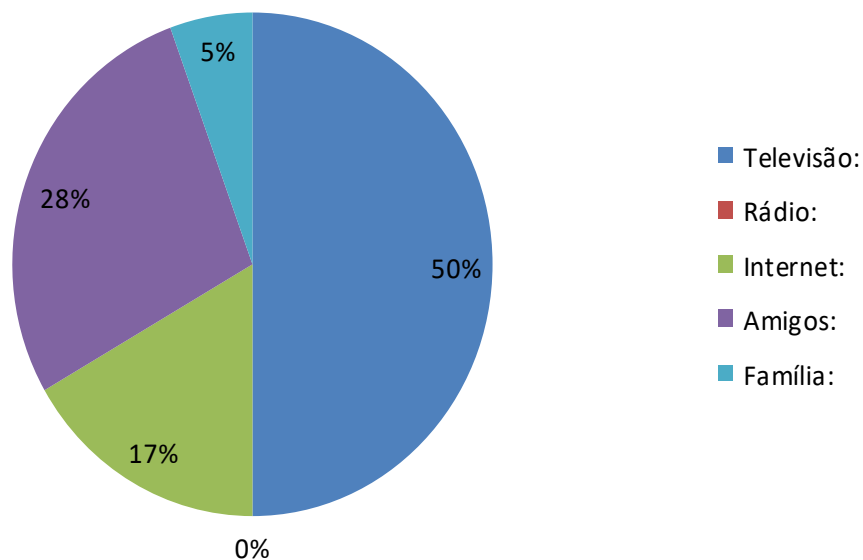


Figura 3: Resultado em percentual da população de alunos de MMA do Instituto Irmãos Nogueira sobre o tipo de mídia que os informaram sobre a existência do MMA

Fonte: dados da pesquisa

Estes achados na população de alunos de MMA do instituto em Manguinhos corroboram Maldonado e Bocchini (2013) e Miranda Filho e Santos (2014) quando desvelaram que a televisão e a internet são as principais mídias que os jovens utilizam para conhecer o MMA. Nesse sentido, Tubino (1992) apontou que a razão social do esporte crescer muito, foi devido aos canais de mídia (televisão, jornais, revistas, rádio, internet, entre outros) serem o meio de divulgação e comercialização. Essa questão pode ser reforçada pelos resultados obtidos quando os alunos foram perguntados pelas duas principais fontes atuais de mídia, a televisão e a internet (Figura 4).

O maior percentual ficou para a televisão como o grande propagador deste esporte, que se pode inferir ser também em nível internacional. Para melhor expressar o significado da importância da mídia Betti (1998) assinalou que a palavra mídia vem do Latim *media*, tendo em seu plural a palavra *médium* significando meio, que no seu entendimento quer dizer como meio de comunicação de massa permitindo comunicação simultânea para o maior número de pessoas.

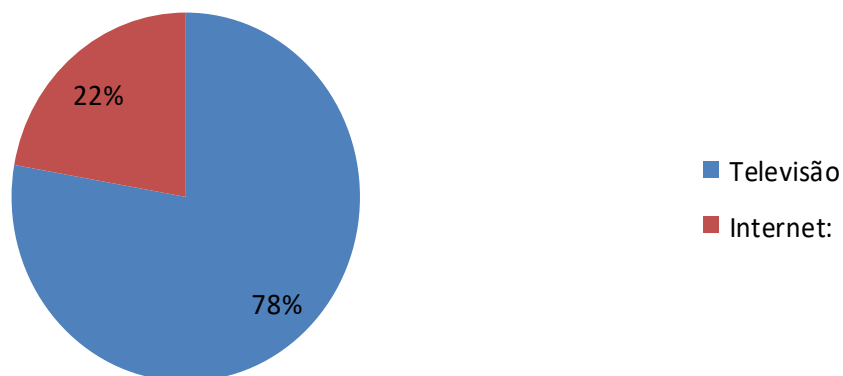


Figura 4: Percentual de respostas quando se comparou o tipo de mídia atual que os alunos de MMA do Instituto Irmãos Nogueira utilizaram para saber sobre as lutas Marciais

Fonte: dados da pesquisa

Pires (2000) acrescentou que a mídia não se refere somente aos meios de comunicação de massa, mas também ao conjunto de empresa que produz e trabalha no mercado da informação, do entretenimento e da publicidade indo de acordo com os interesses do consumidor.

Nesse sentido, o esporte espetáculo, como é vendido pela mídia proporciona pauta de discussões até mesmo para interação social. Não é raro que os assuntos emergentes nos momentos de lazer estejam vinculados ao esporte. Desse modo, para compreender o nível de interação dos jovens com o MMA foi questionado sua percepção sobre os melhores lutados (Figura 5).

Os resultados sobre o questionamento dos melhores lutadores de MMA pela visão dos alunos permitiram identificar que os três lutadores representados no ilustrativo são também os mais midiáticos e vinculados ao UFC. Dessa forma, o esporte espetáculo se mostra interessante como produto de venda para ser comercializado pelos meios de comunicação com o intuito de gerar maior audiência e lucro para as empresas responsáveis pela transmissão do evento aumentando o interesse. Nesse meio se insere o MMA como o esporte de combate que mais cresce para o mundo de forma geral impactando a mídia que, por sua vez, influenciam a vida dos jovens, principalmente àqueles com percurso de vida semelhante a destes ídolos, que, geralmente, surgem das periferias violentadas pela miséria, mãe da violência.

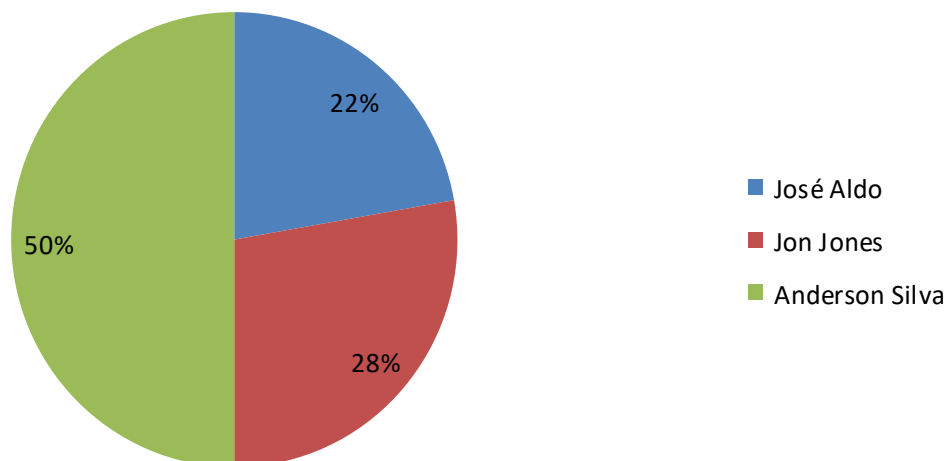


Figura 5. Melhor lutados de MMA na percepção dos alunos do Instituto Irmãos Nogueira no Complexo de Manguinho – RJ.

Fonte: dados da pesquisa

Por meio das lutas apresentadas pela a mídia os lutadores acabaram se transformando mesmo em “heróis” para uma parte da população (Figura 6), sendo assim, um percentual desta resolveu praticar a luta, se espelhando nos brasileiros Anderson Silva, Rogério Minotouro, Rodrigo Minotouro, Júnior Cigano, José Aldo, Victor Belfort, Wanderlei Silva e querendo também ser como o famoso lutador Jon Jones.

Por outro lado, os resultados da Figura 6 revelam muito do imaginário dos jovens do instituto, principalmente no entendimento de que a mídia leva à sociedade a ideologia de que o esporte é uma válvula de escape para a região menos favorecida, tratando-se de meio financeiros, meios básicos de higiene, meios de sobrevivência levando a imaginação de cada criança a se espelhar nos atletas que elas acreditam ser seus heróis, criando, então, uma expectativa em seu futuro e, de certa forma, no da sua família. Esse imaginário, ao passo que aproxima os jovens do esporte, com efeito, também os afastam do conhecimento científico sobre ele (VASQUES; BELTRÃO, 2013), isto é, há transmissão de informações falaciosas, como a de que a prática esportiva vai resultar na profissionalização e tornar o sujeito atleta, algo que não é objetivo do esporte social, o qual pressupõe a formação do homem.

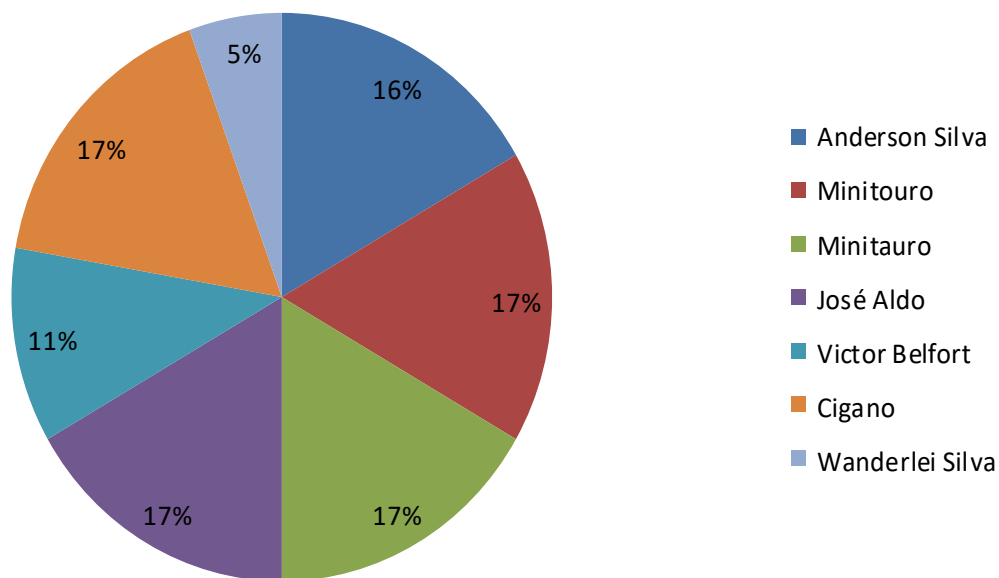


Figura 6: Atletas da modalidade esportiva MMA em que os alunos do Instituto Irmãos Nogueira do Complexo de Manguinhos – RJ se espelham.

Fonte: dados da pesquisa

No contexto geral, é explícito que o esporte tem um alto valor de importância para a mídia, que usa o jornalismo e os programas de esportes como método de divulgação dando prestígio para os atletas que conseguem feitos heroicos para expor suas vitórias na vida pessoal e para a conquista do sucesso.

No estudo, foi ainda questionado o motivo pelo qual os alunos gostam da prática do MMA (Figura 7).

Ao analisar as respostas pode-se perceber ainda que além da persuasão da mídia para o consumo do esporte espetáculo, a prática esportiva do MMA também está associada à busca pela conquista de um corpo tal quais os lutadores apresentam. Sendo assim, atrelado ao imaginário da ascensão social pelo esporte, a busca por um ideal de corpo vendido pela mídia também se faz presente.

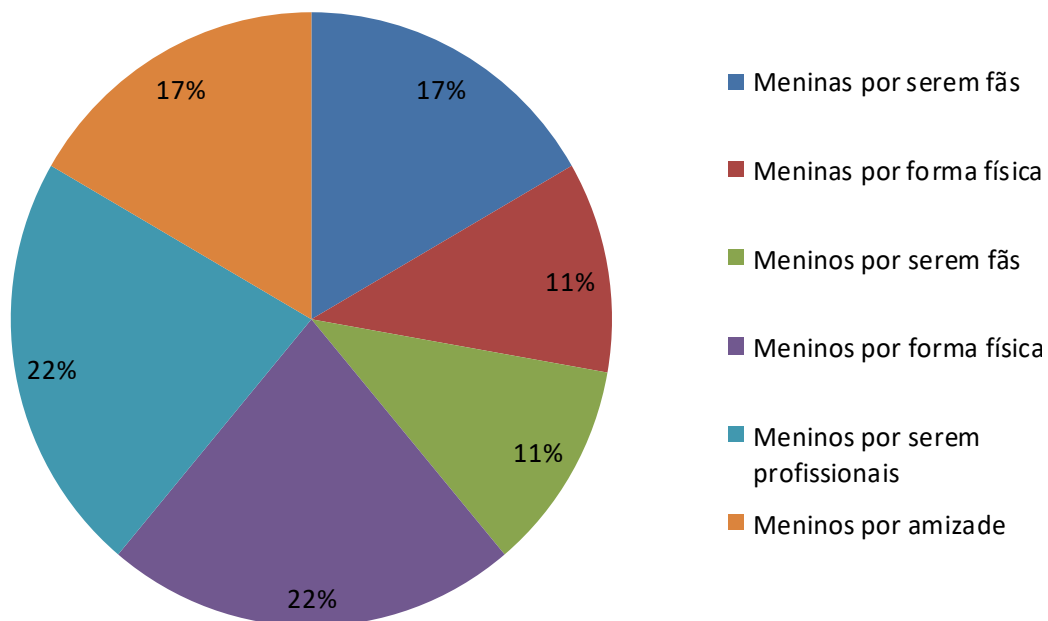


Figura 7: Resultado em relação à motivação que levaram os alunos do Instituto Irmãos Nogueira a escolherem a prática do MMA

Fonte: dados da pesquisa

4 CONCLUSÃO

O esporte social tem cumprido seu papel, no sentido de alcançar a confiança da sociedade na promoção do desenvolvimento local em comunidades vulneráveis, onde a governança não atua.

O Instituto Nogueira, com os jovens da comunidade de Manguinhos, permite que haja oportunidade da prática do MMA como expectativa de melhor futuro.

O estudo demonstrou que a prática do MMA está intimamente vinculada ao imaginário esportivo instituído pela mídia televisiva, principalmente o UFC, permitindo que os jovens se ancorem como exemplo de vida a ser seguido, representada pelos seus atletas, visando à melhoria das condições de vida.

Pode-se concluir também que apesar do projeto social estar cumprindo seu papel de proporcionar a oportunidade da prática esportiva na comunidade Manguinhos, faz-se necessário que sejam realizadas intervenções pedagógicas, incentivando o ingresso no ensino superior para minimizando o quantitativo de alunos que não vislumbram essa oportunidade, bem como desenvolver a capacidade crítica quanto às informações que a mídia vende e nem sempre correspondem com as realidades sociais.

5 REFERÊNCIAS

ALVES, C. M. P.; CARLI, M F. N. UFC Combate: uma experiência estética. *Revista Temática*, Paraíba, Vol. 8, n. 11, p. 1-13, 2012.

AWI, F. *Filho teu não foge à luta: como os lutadores brasileiros transformaram o MMA em um fenômeno mundial*. Rio de Janeiro: intrínseca, 2012.

BETTI, M. *A janela de vidro: esporte, televisão e educação física*. São Paulo: Papyrus, 1998.

DEMÉTRIO, N.; OLIVEIRA, C. M. A influência da mídia no esporte: um olhar a partir do MMA. *Revista Caminhos, On-line, "Saúde"*, Rio do Sul, Vol. 4, n. 7, p. 41-54, 2013.

MALDONADO, D. T.; BOCCHINI, D. As três dimensões do conteúdo na educação física: tematizando as lutas na escola pública. *Conexões*, Campinas, Vol. 11, n. 4, p. 195-211, 2013.

MATTOS, R. S. *Pesquisa Qualitativa em Educação Física*. Curitiba: CRV, 2017.

MIRANDA FILHO, V. F.; SANTOS, I. S. P. Mídia, mercadorização esportiva e o movimento de popularização do MMA. *Pensar a Prática*, Goiânia, Vol. 17, n. 3, p. 865-877, 2014.

NOVIKOFF, C. Dimensões Novikoff: um constructo para o ensino e aprendizado da pesquisa. In.: NOVIKOFF, C.; ROCHA, J. G. *Desafios da práxis educacional para a promoção humana na contemporaneidade*. Rio de Janeiro: Apris, 2010.

PIRES, G. L. O Esporte e os meios de comunicação de massa: relações de parceria e tensão: possibilidades de superação? In.: GRUNENVALDT, J. T. (Org.). *Educação física, esporte e sociedade: temas emergentes*. São Cristóvão: DEF/UFS, 2007.

SEVERINO, A. J. *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Cortez, 2007.

TRIANI, F. S. Esporte e sociedade: da prática esportiva antiga à contemporânea. In.: TRIANI, F. S.; OLIVEIRA, P. S P. *Esporte, Educação Física e Sociedade*. Rio de Janeiro: Autografia, 2016.

TUBINO, M. J. G. *Dimensões sociais do esporte*. São Paulo: Cortez, 1992.

VASQUES, D. G.; BELTRÃO, J. A. MMA e educação física escolar: a luta vai começar. *Movimento*, Porto Alegre, Vol. 19, n. 3, 289-308, 2013.