

E DA PRÓXIMA VEZ, VÁ ENTREGAR A LUTA PRA SUA VÓ!¹

Rafael de Souza Bento Fernandes (UNIOESTE/ CAPES)²

RESUMO: Michel Pêcheux (2009), ao estabelecer as bases de sua teoria materialista do discurso, criticou veementemente o idealismo, considerando-o redutor, entre outros aspectos, por causa da concepção de sujeito como centro de sentido e fonte do seu próprio dizer. O aspecto “eu sei”, conforme a argumentação do autor, generaliza-se até o “todos sabem”, sob a forma de verdade universal. Partindo dessa problematização e de alguns princípios da análise do discurso de orientação francesa, será discutido, nesse estudo, o efeito de sentido de evidência do lutador Anderson Silva ter “entregue” a luta realizada no dia 07/07/2013, que lhe tirou o cinturão dos pesos médios: como se “todos soubessem” que, na verdade, ele não perdeu, mas se deixou vencer. Em certo sentido, a “queda” desse “herói”, no interior da formação discursiva de MMA (*Mixed Martial Arts*) como esporte (que se opõe, necessariamente, à de MMA como espetáculo), frustrou uma “operação empatizante” do “suporte físico de projeção” (Umberto Eco (1987)) que o ex-campeão simboliza, de modo que a irrealidade da perda desloca o olhar para uma justificativa do gênero “a luta foi entregue”; admitir que o herói caiu significaria, nesses termos, cair junto com ele. Nas análises, levam-se em consideração as condições de produção de emergência do MMA nas mídias brasileiras, assim como as do torneio UFC (*Ultimate Fighting Championship*), que o representa.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do discurso; MMA; Efeito de evidência; Herói.

¹ Uma versão preliminar desse artigo foi publicada nos anais do *XI Seminário Nacional de Literatura, História e Memória e II Congresso Internacional de Pesquisa em Letras no Contexto Latino-Americano*, no simpósio *Análise de Discurso: Estudo de Estados de Corpora*.

² Acadêmico do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Letras (PPGL), nível mestrado, da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, Cascavel, na linha de *Estudos da linguagem: descrição dos fenômenos linguísticos, culturais e de diversidade*. Bolsista da CAPES. Trabalho orientado pelo Prof. Dr. João Carlos Cattelan, docente da Universidade Estadual do Oeste do Paraná.

1 INTRODUÇÃO

No luxuoso hotel-cassino *MGM Grand Garden Arena*, em Las Vegas, Estados Unidos, foi realizado o *UFC 162 (Ultimate Fighting Championship)*, no dia sete de julho de 2013. Nesse evento, Anderson Silva deveria defender o cinturão dos pesos-médios pela décima primeira vez, após dezessete vitórias consecutivas e sete anos de invencibilidade.

A aposta era a vitória certa do brasileiro, considerado (inclusive por Danna White, presidente da UFC) o maior lutador de MMA (*Mixed Martial Arts*) da atualidade, sobre o jovem promissor Chris Weidman. Tal como preconiza o *script*, o campeão entrou por último no octógono ao som de *Ain't no Sunshine* (a música de sua escolha), enquanto os holofotes produziam um espetáculo rítmico de luzes, característico das grandes produções cinematográficas.

No Brasil, a transmissão foi feita, em TV aberta, pela *Rede Globo de Comunicação* e, em TV a cabo, pela emissora *Combat* (que pertence, também, aos canais do grupo *Globosat*). Os locutores anunciaram logo no primeiro *round*: “Começa o grande desafio para Chris Weidman!”; esse enunciado é representativo do posicionamento da maioria dos telespectadores, que acreditavam que o “herói” não seria abatido.

No *UFC 148* (realizado em 07/07/2012), inclusive, Anderson Silva havia derrotado por nocaute Chael Sonnen, após esse lutador ter feito inúmeras declarações xenofóbicas sobre o Brasil e denegrido a imagem dos irmãos Nogueira, treinadores de Silva.

Um exemplo das alegações de Sonnen que irritou muitos torcedores de MMA brasileiros é:

Anderson Silva vem sempre com aquela babaquice de se curvar para cumprimentar (à moda oriental). Isso não pode ser feito no Brasil. Já estive lá e sei que se você abaixar a cabeça te roubam a carteira na hora.³

Ainda que a provocação seja algo próprio do que se pode denominar de *formação discursiva esportiva* (e comumente não seja vista como um ato que, necessariamente, “fira a honra” do atleta), a retomada desses interdiscursos “tipificadores” que relacionam brasileiros a ladrões, foi tomada com uma afronta pessoal/nacional.

Silva, nesse caso, “lavou a honra a sangue” ao nocautear Sonnen. No confronto, houve uma reviravolta a exemplo da estrutura das narrativas infantis: no último instante, após

³ Reportagem não autoral do site IG: Esportes. Disponível em: <<http://esporte.ig.com.br/lutas/2012-07-02/sonnen-provoca-ataca-e-humilha-anderson-silva-relembre-os-insultos.html>>.

praticamente estar morto (derrotado), o *paladino da justiça* (justo, bom e honrado) desferiu o *golpe mortal* (a “chave de perna”) que *matou* (nocauteou) o *algoz* (o racista, o falastrão, o preconceituoso).

A invulnerabilidade do herói era/sempe foi certa, bastava esperar o resultado em um exercício de fé. Era “como se” todo o Brasil (uma questão identitária) estivesse junto com o campeão, vingando as ofensas:

As dúvidas em torno da supremacia de Anderson Silva no UFC acabaram neste sábado à noite. O brasileiro deu um show no combate mais aguardado da história do Ultimate e mostrou novamente por que é considerado o melhor lutador do mundo. Empurrado por uma massa de brasileiros presentes no cassino MGM Grand, em Las Vegas, o “Aranha” nocauteou seu arquirrival no segundo round e manteve o cinturão dos médios em grande estilo.⁴

Anderson Silva, mais do que nunca, havia se consolidado como um “herói nacional”, marcado essencialmente por uma contradição constitutiva: é um lutador, e, portanto, representação de virilidade, de masculinidade, e, ao mesmo tempo, é tranquilo, “boa-praça”, cuja voz de tão assustadora até afina⁵. Esse paradoxo é interessante na medida em que essa imagem é altamente vendável.⁶

Esse mesmo “gladiador tranquilo” (segundo a caracterização da Revista Veja, exemplar de quatorze de março de 2012), no *UFC 162*, ao enfrentar o adversário Weidman, entretanto, não manteve a trajetória de vitórias impecável. Foi nocauteado pelo adversário, após ter mantido a guarda baixa, dançado no octógono e rido da cara do desafiante.

Em certa altura do segundo *round*, os próprios locutores brasileiros fizeram comentários depreciativos sobre a atitude de Anderson Silva: “Praticamente dá o rosto a bater!” e “Brincou demais, subestimou, humilhou [Chris Weidman]!”.

A “quebra” provocada pela situação se deu, portanto, em pelo menos duas categorias: a) a queda do herói em nome da derrota, b) a queda do herói em nome da “atitude”, que se contrapõe aos ideais de hombridade, do que seja “justo” e “bom” para a formação discursiva esportista.

Em jornais especializados em notícias de esporte, saíram matérias do tipo: “Com atitudes estranhas, Anderson Silva perde para Chris Weidman por nocaute em Las Vegas” (Site *Globo*

⁴ Reportagem não autoral do site IG: Esportes. Disponível em: <<http://esporte.ig.com.br/lutas/ufc/2012-07-08/anderson-silva-arrasa-sonnen-com-nocaute-e-convida-rival-para-churrasco.html>>.

⁵ Essa foi a chamada publicitária do lançamento do produto Mega BK Stacker, veiculada entre agosto/setembro de 2011, da empresa de *fastfood* Burger King, cujo garoto-propaganda foi Anderson Silva.

⁶ Em trabalho anterior, desenvolveu-se com maior profundidade a questão a imagem que se faz do lutador Anderson Silva em dois veículos midiáticos distintos (a Revista Veja e a Revista Superinteressante), tendo por base a indústria bilionária do UFC e as condições de ascensão do MMA como esporte no Brasil. Para mais informações, ver Fernandes e Cattelan (2013).

Esportes), ao passo que em sites de relacionamentos a difusão de dizeres e imagens sobre o assunto tinha o seguinte viés: Anderson Silva não perdeu a luta, mas sim se deixou ganhar. Esse efeito está materializado na imagem que deu título ao trabalho e em várias outras superfícies discursivas não expostas aqui em função dos limites do artigo:



FIG. 1 – ANDERSON SILVA

Tendo em vista essas *condições de produção*, esse estudo tem por objetivo esboçar um modelo explicativo, à luz da abordagem discursiva, para se compreender o efeito de evidência do brasileiro ter entregue a luta, ainda que o “real empírico”, nesse caso, parecesse negar esse entendimento como uma interpretação possível. A primeira seção tratará do conceito de “efeito de evidência”, de acordo com Michel Pêcheux (2009) ao passo que na segunda seção haverá uma reflexão sobre o processo de “mitificação”, de acordo com Umberto Eco (1987), bem como de suas implicações para o referido efeito de evidência.

2 EFICÁCIA MATERIAL DO IMAGINÁRIO

A Análise do Discurso de linha francesa emergiu no contexto da França da década de sessenta, marcada pelas influências de três campos distintos: o materialismo, a psicanálise e a linguística. O projeto althusseriano consistia em procurar desvelar como se dá a manutenção do *status quo* por meio da reprodução das relações de produção; Pêcheux (2009) reconheceu que essa “reprodução” (no interior dos “aparelhos ideológicos do estado”) se dá materialmente no entrecruzamento da língua e da ideologia, ou seja, no discurso. Ao formular a teoria de uma análise da ideologia não ideológica, criticou veementemente as posturas filosóficas da “consciência criadora”, tomando-as como “idealistas”.

Para o filósofo, a ideologia fornece a evidência de mundo, o que “todo mundo sabe”, o efeito ilusório da transparência da linguagem. O sujeito, por um processo de interpelação/identificação (inconsciente e ideológica), acredita na evidência do eu; crê ser a origem de seu próprio dizer.

Assim, a língua é tomada como uma “quase-estrutura” na medida em que é sintática (dependo do uso) e semanticamente (depende das condições de produção) indeterminada e todo texto se constitui por mecanismos por ancoragem e de encaixe, que produzem generalizações. Esses encaixes caracterizam-se como “espaços vazios”, “lexis” a serem preenchidos.

Um exemplo trivial: (i) “Os homens que são sinceros nunca traem” e (ii) “Os homens, que são sinceros, nunca traem”. Tanto em (i) quanto em (ii), o uso da subordinada adjetiva explicativa/restritiva (a última classificação é chamada de oração relativa determinativa por Pêcheux (2009), de acordo com a denominação da gramática de *Port-Royal*) é ideológico e revelador de posições sociais, já que dependendo do modo como se produz o enunciado, ser “sincero” pode ou não ser uma característica intrínseca ao gênero masculino.

Em suas críticas às filosofias idealistas, que explicam todos os problemas teóricos centrando-se na consciência (ilusória) do sujeito (que, em último caso, sustenta-se em si mesma, como a metáfora jocosa do Barão de Münchhausen, que se puxa pela própria barba), Pêcheux (2009) explica que esse movimento de leitura se dá de um sujeito concreto e desloca-se até uma instância abstrata.

Esse movimento pode ser exemplificado da seguinte forma: um sujeito (o EU) afirma: “eu vi um cisne que era branco”. O outro (o TU) confirma: “eu também vi um cisne que era branco”; por essa relação chega-se a: “disseram (o Eles) que viram cisnes, que eram brancos”, até chegar à verdade universal: “(Todos sabem que) cisnes são brancos”. Essa situação fictícia é

ingênua, mas poderia ser substituída por posicionamentos de alto grau de periculosidades como o “Eu vi um negro que roubava” (o qual se converte em “Todos sabem que negros roubam”) ou mesmo “Vi um pobre que era sujo” (pela mesma lógica, “Todos sabem que pobres são sujos”).

A leitura que parte do sujeito concreto até a universalização é empobrecedora por pautar-se na crença de que o dizer é de um indivíduo particular, quando, em realidade, é de uma formação discursiva na qual o sujeito se insere. A saída materialista apontado por Pêcheux (2009) é que se inverta a ordem, que se considerem, inicialmente, as condições materiais (o universal, o aspecto “Todos sabem que”) até chegar ao sujeito particular. O centro do sentido, assim, não é o sujeito individual (dono do seu próprio dizer), mas sim a ideologia.

Pêcheux (2009) esboça duas teses sobre a questão da subjetividade: a) o sentido de uma palavra não existe “em si”, mas é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio histórico discursivo (esse é o conceito de *formação discursiva*) e b) toda formação discursiva dissimula, pela transparência que se constitui nela, a dependência a todo complexo dominante das formações ideológicas.

Desse modo,

[...] o funcionamento da ideologia em geral como interpelação ideológica dos indivíduos em sujeitos (e, especificamente, em sujeitos do seu discurso) se realiza através do complexo das formações ideológicas (e, especificamente, através do interdiscurso intrincado nesse complexo) e *fornece “a cada sujeito” sua “realidade” enquanto sistema de evidências e de significações percebidas – aceitas – experimentadas.* (PÊCHEUX, 2009, p.149, grifos nossos).

O imaginário é eficaz por tornar o que é, à priori, ideológico em “realidade” objetiva (o “Todos sabem”), que faz com que os sujeitos ajam “como se” o fato empírico (observável) fosse sempre de determinada maneira e nunca de outra. E essa “eficácia” é material tendo em vista que as ideologias não são ideias abstratas, mas são forças que sustentam práticas sociais.

O motivo pelo qual se traçou esse percurso reflexivo de Michel Pêcheux (2009), é que ele fornece um arcabouço de instrumentos conceituais para explicar *o efeito de evidência* de Anderson Silva ter entregue a luta.

O meio eletrônico (do qual provém a figura 1, que é apenas uma amostragem restrita de um conjunto de imagens similares), como um espaço também de interpelação ideológica, torna observações particulares em verdades estáveis, cristalizadas. Um “eu” afirma que acha que Silva entregou a luta e, tão rapidamente quanto é possível, a generalização se efetua no sentido de que “todos sabem que” isso é uma “verdade incontestável”, é a própria realidade.

As observações de Pêcheux (2009) elucidam um dos aspectos desse efeito de evidência. Na próxima seção, procurar-se-á discutir se cabe a Anderson Silva o adjetivo “herói”, tendo em vista as condições de produção de emergência do MMA/UFC nas mídias brasileiras nos últimos anos.

3 QUANDO O HERÓI CAI...

Matos (1994), em “Construção e desaparecimento do herói: uma questão de identidade nacional”, trata da questão do herói a partir de um ponto de vista simbólico e imaginário, concebendo-o como o homem (ou semi-deus) que atravessa o horizonte da morte e se eterniza. Alguns dos princípios abordados pela autora serão utilizados à luz da Análise do Discurso francesa, compreendendo-os em suas dimensões ideológicas e discursivas.

A *condição do herói*, segundo Matos (1994), é que ele cumpra a sua *condição de guerreiro*, isto é, revista-se de uma glória imperecível (à imagem dos ídolos da Grécia Antiga) e, a um só tempo, possua os seus valores éticos, estéticos e combativos.

Adaptados para a sociedade contemporânea, os heróis modernos são re-concebidos (ou interpelados) pela lógica midiática, tendo em vista que

Herói ou instituições heróicas são fonte de *identificação imaginária* ou, em outras palavras, de *identidade* coletiva. O heroísmo convertido em espetáculo pela *mídia*, porém, tende a dissolver a memória, a recordação heurística e ativa, a reminiscência identificadora de um *nós social*. Isto porque a *mídia* transforma a morte em *espetáculo*, isto é, em *entretenimento*, tal como pudemos assistir, pela T.V. à agonia, paixão e morte de Ayrton Senna. (MATOS, 1994, p.87, grifos da autora).

Metaforicamente, Anderson Silva, ao perder para Chris Weidman da forma que perdeu (como foi exposto acima, de maneira “desonrosa”, “humilhante”), não só teria manchado a aura de herói que a mídia lhe revestiu, como também teria “caído” em relação aos valores (éticos, estéticos e combativos) intrínsecos à condição de ídolo esportivo.

A respeito da “identificação imaginária”, o semiólogo Umberto Eco (1987) fornece alguns pressupostos que valem a pena salientar tendo em vista o objetivo de esboçar um modelo explicativo do efeito de evidência, mencionado anteriormente.

Em seu estudo sobre a questão dos efeitos da *indústria cultural* na sociedade contemporânea, Eco (1987) afirma que há dois posicionamentos opostos nos quais as opiniões

convergem: ou trata-se de um ponto de vista “apocalíptico” (os “dissidentes”, que percebem o efeito degenerativo da emergência da *cultura de massa*) ou de um ponto de vista “integrado” (os “não dissidentes”, que acreditam nos efeitos positivos da disposição cada vez mais democrática dos bens culturais).

Em termos de Análise do Discurso, talvez se possa afirmar que Eco (1987) estabelece duas formações discursivas distintas e analisa seus argumentos basilares acerca do mesmo objeto, buscando as “ascendências históricas” dos dois “conceitos-fetice”.

Sobre a crítica apocalíptica da cultura de massa, o semiólogo esclarece que há uma certa raiz aristocrática carregada de uma nostalgia segundo a qual o *massmedia* apresentaria uma visão passiva e acrítica de mundo. Eco (1987) põe em xeque a classificação de MacDonald de Alta, Média e Baixa cultura: uma diferenciação supostamente pautada em valores estéticos, mas que falha na medida em que “a diferença de nível entre os vários produtos não constitui *a priori* uma diferença de valor, mas uma diferença da relação frutiva, na qual cada um de nós alternadamente se coloca”. (ECO, 1987, p.58).

Seguindo a argumentação do autor, o erro dos apologistas (integrados) seria considerar que a multiplicidade dos produtos seja boa em si, ao passo que o erro dos críticos (apocalípticos) é que não se pode estabelecer uma cultura pura, verdadeira, aristocrática, já que nada cultural está fora da lógica do mercado.

O objeto de análise (MMA/ UFC), em relação à sua recente difusão nos meios midiáticos no Brasil, apresenta dois posicionamentos distintos que mais ou menos determinam a produção dos discursos sobre ele. A primeira *formação discursiva* afirma que *MMA é esporte* e deve ser tratado enquanto tal, ao passo que a segunda reluta em aceitar essa condição e assevera que *MMA é espetáculo*.

Se no primeiro caso, os apologistas (os *integrados*) defendem que não há violência, visto que os dois competidores estão lá por vontade própria da mesma forma que ocorre em qualquer outro esporte, no segundo caso, os *apocalípticos* afirmam que o MMA é um espetáculo perigoso porque banaliza a violência, camuflando-a nas cores do *showbiz*.

Aliás, para os opositores, inseridos na formação discursiva de *MMA = Espetáculo*, sequer há diferença entre o Vale-Tudo e as Artes Marciais Mistas, já que o fundamento seria o mesmo: dois homens (recentemente, também mulheres) em uma gaiola (o octógono) disputando prêmios em dinheiro.

Do outro lado do embate, há uma série de discursos que justificam o fato de que essa “selvageria” é algo do passado e é meramente semelhante ao “novo” esporte que surgiu no horizonte brasileiro, inicialmente avesso às lutas.

Assumem-se os possíveis riscos da transposição dos conceitos de Eco (1987) escritos na década de sessenta acerca da indústria cultural e que inicialmente foca a divergência entre o *Círculo de Frankfurt* (apocalípticos) e os *Funcionalistas* estadunidenses (integrados) à realidade atual do embate entre fãs e críticos do MMA no Brasil. Acredita-se, no entanto, que seja uma relação possível, tendo em vista que a argumentação de Eco (1987) é coerente com a situação analisada (o MMA trata-se, afinal, de um objeto da *massmedia*).

O efeito de evidência da entrega da luta, que nega que Anderson Silva teria perdido por inabilidade, mas sim por irresponsabilidade (deslealdade) ou mesmo por dinheiro (a luta teria sido “vendida”), insere-se na discussão no interior da FD de *MMA = Esporte*.

Interessa em Eco (1987), nesse sentido, sua análise sobre o *Mito do Superman*. Transformar algo ou alguém em mito, segundo o semiólogo italiano, envolve uma

Simbolização incôscia, identificação do objeto com a soma de finalidades nem sempre racionalizáveis, projeções na imagem de tendências, aspirações e temores particulares emergentes num indivíduo, numa comunidade, em toda uma época histórica. (ECO, 1987, p.239).

O processo de “mitificação” envolve a questão religiosa na medida em que grande parte das representações simbólicas advém, em nossa sociedade, do cristianismo. A “mecânica mitopiética” (essa relação de identificação/desidentificação) das sociedades de massa em época de civilização industrial (esses são os termos do autor) refere-se também à aproximação do *signo* com o *status econômico* que ele simboliza. Enquanto que o bisão desenhado na caverna para o homem pré-histórico significava que ele tinha caçado um animal daquela envergadura, para o homem moderno um carro conversível representa certo nível social.

Parafraseando Eco (1987), essa sensibilidade de massas (as aspirações/desejos particulares) é instruída e dirigida. Em termos de Análise do Discurso, tal afirmação afasta Eco (1987) uma possível abordagem “psicologizante” (idealista), alvo das críticas de Michel Pêcheux (2009). Há que se recorrer às condições materiais de existência para se compreender um discurso, naturalmente opaco.

Em sentido ideológico, toma-se, então, a perspectiva de Eco (1987) de que o “Herói” é um “suporte físico de projeções necessárias”, um “operador empatizante” com o qual o Sujeito (com “s” maiúsculo) identifica-se. Esse processo tem por objetivo resgatar o sujeito (com “s”

minúsculo) da mediocridade, de acordo com Eco (1987), preso a uma sociedade altamente desnivelada, cujas perturbações psicológicas e frustrações estão “na ordem do dia”.

Anderson Silva, assim, assume um papel importante como alguém ascendeu socialmente por meio do esporte, assim como ocorre no Brasil com alguns atletas do futebol. Apesar de ser um lutador (o aspecto masculino), corresponde também à “vontade de verdade” do “politicamente correto”, de serenidade e vaidade (o aspecto feminino).

Esse lutador “completo”, nesse sentido, não poderia ser abatido (mito da invencibilidade), assim como não poderia ter desrespeitado o adversário (não corresponde aos valores do herói) e, se o fez, existe algo que possa justificar essa quebra.

Umberto Eco (1987) afirma que se “cai a imagem [...], caem as finalidades que a imagem simbolizava” (ECO, 1987, p.246); esse é um processo intranquilo, cuja saída mais fácil é simplesmente negar o que ocorreu (por mais contraditório que pareça): (i) ele não perdeu, ele entregou a luta, (ii) ele não perdeu, ele brincou e por isso foi vencido.

Esse processo discursivamente ocorre tendo em vista a chamada *eficácia material do imaginário*, como teorizou Michel Pêcheux (2009). Uma espécie de convergência dos dizeres (o EU que concorda com o TU, que concorda com o ELES...) que atesta um posicionamento, dando-lhe status de verdade universal.

O imaginário possui uma eficácia material justamente pelo fato de que, como nesse caso, o dizer (“E da próxima vez, vá entregar a luta pra sua vó!”) parece “burlar” o “real empírico”, o fato observável de que Anderson Silva foi nocauteado e permaneceu desacordado por alguns instantes, quando o árbitro, de acordo com as regras do evento UFC (a função do árbitro é, sobretudo, garantir a integridade física dos atletas), indicou o fim da luta, já que o ex-campeão não tinha mais condições de continuar.

Se Anderson Silva caísse seria “como se” todos os entusiastas do MMA/UFC (da FD *MMA=Esporte*) caíssem também, junto com seu herói.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No Brasil, o MMA é considerado o terceiro maior esporte em termos de audiência, atrás somente do futebol e da Fórmula 1, segundo Ferreira e Orsolini (2012). Essa é uma situação recente tendo em vista que o “impulso” que conduziu a opinião pública a descaracterizar a

modalidade de combate da selvageria e do Vale-Tudo ocorreu efetivamente com a primeira luta transmitida pela *Rede Globo de Televisão* (Cain Velasquez contra Junior Cigano), em 2011.

As contingências de mercado, que propiciaram a (re)criação do supracitado esporte, tem suas condições de produção relacionadas ao crescimento do UFC, principal torneio de MMA. A empresa⁷ é avaliada pela Revista Forbes⁸ como detentora de “bilhões de dólares” e, no Brasil, impulsionou a venda de produtos de marcas como “Sky” (as assinaturas aumentaram 54% após o início do canal Combate, em março de 2012), “P&G” (três meses após relacionar o aparelho de barbear Gillette ao MMA, as vendas cresceram 30%) e a paulista “Marck4” (que vendeu mais de 150 mil produtos entre roupas e acessórios, em 2011, com a grife UFC)⁹, para citar apenas alguns exemplos.

Ser transmitido pela maior emissora do país fez com que o MMA (e o UFC) se legitimasse e, com isso, iniciou-se um novo ramo comercial do mercado esportivo, responsável por lucros consideráveis. No caso da ascensão do MMA, os números provam que a “mola” indubitavelmente é o aspecto econômico.

Ainda assim, como todo processo social, não ocorreu uma inversão total de valores. Grande parte do público nega o estatuto de esporte às artes marciais mistas e vê em sua popularização uma apologia desmedida à violência. Tanto é verdade que, recentemente, tramita um projeto de lei ((PL) 55.344/09) na câmara dos deputados que pretende proibir as emissoras de televisão de transmitir lutas marciais não olímpicas, com os mesmos argumentos apocalípticos.

Tendo em vista essas duas posições contrárias, elabora-se a tese de que haja duas formações discursivas distintas: uma que considera o MMA um esporte e outra que vê nele um espetáculo. No interior da FD *MMA = Esporte*, observa-se que se constituíram novos heróis, alvos de “projeções imaginárias” e de idolatria (forma similar ao que ocorre com jogadores de futebol no Brasil), representados metonimicamente, no Brasil, por Anderson Silva, o ex-campeão dos pesos médios.

A aura de “bom moço” e, ao mesmo tempo, a invencibilidade caracterizavam o ídolo, que rompeu com tais modelos ao perder a luta contra Weidman. Esse rompimento ocorreu tanto por

⁷ É um fato conhecido o torneio UFC não se tratar de um evento aos moldes da Copa do Mundo de Futebol, por exemplo. Funciona como uma empresa e os lutadores são os funcionários - as lutas são marcadas, portanto, de acordo com a conveniência e o apelo midiático. Tem como presidente Danna White e como donos Frank e Lorenzo Fertitta.

⁸ Dado referente à reportagem “UltimateCashMachine”, da revista Forbes, 17/04/2008. Disponível em: <<http://www.forbes.com/forbes/2008/0505/080.html>>.

⁹ Dados referentes à pesquisa realizada pela revista *Istoé Dinheiro*, edição 757, 05/04/2012.

Silva ter sido efetivamente derrotado, quanto pelo lutador não ter seguido o padrão valorativo do que se espera de um esportista (como não esnoabar o adversário).

Com o propósito de compreender como essa ruptura provocou o efeito de evidência de que, “na verdade”, Silva não teria perdido, mas sim teria se deixado vencer (materializado na imagem retirada de um site de relacionamentos, representativa de um *corpus* relativamente amplo) opera-se conforme duas categorias distintas: a questão da generalização e dissimulação da ideologia sob a forma de verdade universal em Pêcheux (2009) e a mitificação em Umberto Eco (1987), que dizem respeito, respectivamente, ao mito de invulnerabilidade e à imagem de herói que repercutiu na mídia nos últimos anos.

Uma inquietação (que inclusive deu origem ao estudo) é a de como mesmo um fato observável (o nocaute de Anderson Silva não poderia ter sido fingimento) possa ser negado em nome da não aceitação da queda do mito, mesmo em uma sociedade supostamente pautada em valores da racionalidade. Para os fãs, é “como se” todo o Brasil repetisse o bordão interdiscursivo do programa “Chaves”: *E da próxima vez, vá entregar a luta pra sua vó, Anderson Silva!*

REFERÊNCIAS

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. Trad. Pérola de Carvalho. São Paulo: Perspectiva, 1987. (Coleção debates).

FERNANDES, Rafael de Souza Bento; CATTELAN, João Carlos. Imagens do lutador Anderson Silva em exemplares das revistas Veja e Superinteressante sob a ótica da Análise do Discurso Francesa: retratos de um gladiador tranquilo. **Linguagem** – Revista Eletrônica de Popularização Científica em Ciências da Linguagem. Disponível In: <<http://www.letas.ufscar.br/linguagem/edicao21/artigos/artigo07.pdf>> Acesso em 22/11/2013.

FERREIRA, Rosenildo Gomes; ORSOLINI, Marcio. **O golpe de mestre do UFC**. Disponível In: <<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/808110+GOLPE+DE+MESTRE+DA+UFC>>. Acesso: 01/08/2012.

MATOS, Olgária Chain Féres. Construção e desaparecimento do herói: uma questão de identidade nacional. **Tempo Social**; Rev. Sociol. USP, São Paulo, 6 (1-2):83-90 (editado em jun. 1995).

MILLER, Matthew. **Ultimate Cash Machine**. Disponível In: <<http://www.forbes.com/forbes/2008/0505/080.html>>. Acesso em 15/06/2013.

PÊCHEX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Trad. Eni Puccinelli Orlandi [et al]. 4ª ed. Campinas, São Paulo: Editora da Unicamp, 2009.

REVISTA VEJA. São Paulo: Roberto Civita, ano 45, nº 11, março/ 2012, ed 2260. (p.1)

<<http://esporte.ig.com.br/lutas/ufc/2012-07-08/anderson-silva-arrasa-sonnen-com-nocaute-e-convida-rival-para-churrasco.html>>. Acesso: 01/11/2013.

<<http://esporte.ig.com.br/lutas/2012-07-02/sonnen-provoca-ataca-e-humilha-anderson-silva-relembre-os-insultos.html>> Acesso em 01/11/2013.

<<http://globo.com/rede-globo/ufc-combate/v/com-atitudes-estranhas-anderson-silva-perde-para-chris-weidman-por-nocaute-em-las-vegas/2679281/>> Acesso em 01/11/2013.