



POLÍTICAS DE IDENTIDADE DO MMA: UMA ANÁLISE DE SENTIMENTO DE TWEETS ACERCA DA MORALIDADE

Luiz Antonio Lazzarin Trentinalha¹, Gabriela Cristófoli Pereira², Leonardo Pestillo de Oliveira³

RESUMO: O esporte apresenta uma estrutura convencionalizada, em que as normas restritas da vida diária são colocadas de lado em favor de normas morais típicas. Com isso, o objetivo do estudo é avaliar como os esportes de luta, que possibilitam o atleta chegar ao *Mixed Martial Arts* (MMA), influenciam no desenvolvimento de comportamentos morais de atletas e também espectadores do evento, e com isso descrever a política de identidade presente na modalidade. Trata-se de uma pesquisa descritiva sobre os aspectos da moralidade envolvidos no desenvolvimento de atletas que praticam artes marciais e seus espectadores. A coleta de dados não será realizada diretamente com os sujeitos, mas sim por meio das mensagens divulgadas na rede social *Twitter*, ou seja, para a realização da análise de sentimento dos *tweets* será utilizada linguagem R, um ambiente de desenvolvimento integrado para cálculos estatísticos e gráficos. Espera-se que a análise de sentimento sobre o MMA indique uma política de identidade condizente com o desenvolvimento moral dos atletas, uma vez que seu desempenho na modalidade depende destes fatores estudados.

PALAVRAS-CHAVE: Mixed Martial Arts; Moral; Psicologia

1 INTRODUÇÃO

Se existe um comportamento vigente no ambiente esportivo que ultrapassa a barreira do aceitável socialmente, este é o comportamento agressivo. A agressão no esporte se tornou um fato comum, em qualquer modalidade, porém o que muda é a forma como ela é usada. Husman e Silva (1984, apud WEINBERG e GOULD, 2001) definem dois tipos de agressividade no ambiente esportivo. Primeiro a agressão hostil que seria todo comportamento em que o objetivo principal é causar danos físicos ou psicológicos à outra pessoa; o segundo tipo seria a agressão instrumental, é a busca por um objetivo não-agressivo.

A agressão instrumental é o tipo mais presente no esporte, porém isso não faz dela algo aceitável. Basta analisar os esportes de luta, em que o comportamento agressivo é necessário para se chegar ao triunfo frente ao adversário. O controle do próprio corpo, o uso da força física e da agressão, que são presentes neste tipo de esporte (mas considerados comportamentos imorais quando usados fora do esporte), além de funcionarem como preservação do corpo do atleta, se constituem fundamentais para sua identificação com o grupo à que pertence.

Estas contradições a respeito do comportamento do ser humano em diversos ambientes chamam a atenção, pois para que se possa compreender este ser, não basta apenas estudar o seu corpo ou sua origem, é necessário entender como ele se constitui em um contexto sociocultural. A explicação para isso se dá pelo fato de durante seu desenvolvimento, os comportamentos inatos (que estão ligados à sua estrutura biológica) são moldados pela atividade cultural de outros com quem se relaciona (BONIN, 1998).

Assim como colocam Berger e Luckmann (2004) o indivíduo nasce e torna-se membro da sociedade. Viver em grupo não é uma tarefa simples, no entanto, conviver com grupos que tem diferentes regras e aspectos morais é mais problemático. Além de diferentes grupos há que se considerar o momento em que isso ocorre, no caso do esporte, em qual fase do seu desenvolvimento atlético ele está.

Côté (1999) aponta três estágios de participação esportiva. O primeiro chamado de anos de experimentação (6-13anos) o atleta se depara com situações de diversão, euforia e agitação, em que irá reconhecer suas habilidades para dar continuidade ou não à sua carreira. O segundo estágio conhecido por anos de especialização (13-15 anos), marcada pelo crescente interesse e comprometimento com o esporte. Já o último, anos de investimento (a partir dos 15 anos), ocorre um aumento do compromisso por parte do atleta, demonstrando grande interesse pelo esporte, caracterizado pelo desenvolvimento da estratégia, da competitividade e das habilidades características do esporte. Os diferentes momentos históricos da carreira esportiva favorecem ou não o desenvolvimento de características específicas para o convívio no ambiente esportivo e também na sociedade, fora daquele contexto.

Alguns autores utilizam o termo comportamento pró-social para discutir a questão do desenvolvimento moral. Este comportamento se caracteriza por ser aquele que representa uma influencia positiva em outras

¹ Acadêmico do Curso de Psicologia do Centro Universitário Cesumar – UNICESUMAR, Maringá - PR. Bolsista da Fundação Araucária. tonitrentinalha@live.com

² Acadêmica do Curso de Psicologia do Centro Universitário Cesumar – UNICESUMAR, Maringá – PR. gabriela_crp@hotmail.com

³ Professor do Curso de Psicologia do Centro Universitário Cesumar – UNICESUMAR, Maringá-PR. leonardo.oliveira@unicesumar.edu.br



peças, não significando benefício para si próprio. Dentro deste contexto se enquadram como comportamentos pró-sociais o altruísmo, a partilha, a cooperação, entre outros (BREDEMEIER e WEISS, 1990). Assim, o desenvolvimento moral pró-social de um indivíduo diz respeito ao processo de aquisição e mudança dos julgamentos e comportamentos que ajudariam ou beneficiariam outros indivíduos ou grupos (KOLLER e BERNARDES, 1997).

No âmbito esportivo, muito se discute a respeito de como a prática esportiva leva à atitudes de crianças e adolescentes que são condizentes com a moral social, pois a partir disso desenvolvem por exemplo a capacidade de respeitar o próximo, respeitar as regras, e lidar melhor frente à figura de autoridade. Mas os esportes de luta acabam sendo alvo de críticas a respeito da forma como são conduzidos, pois ao serem considerados esportes violentos, em que a agressividade é sinônimo de sucesso, pais e responsáveis acreditariam que este mesmo comportamento fosse levado para fora do ambiente esportivo.

Nos dias atuais, essa manifestação para fora do ambiente esportivo é ao mesmo tempo real e virtual, visto que, com o avanço da internet as pessoas passam a se manifestar de diversas formas acerca de seus sentimentos e comportamentos. O uso dos sites chamados de redes sociais é exemplo claro de como essa manifestação se torna livre e ao mesmo tempo causa espanto, dependendo da forma como é realizada.

A quantidade de dados presentes na web cresce a cada dia, principalmente após a popularização das redes sociais, sendo o Twitter e o Facebook as mais conhecidas e utilizadas atualmente. Com o avanço tecnológico a quantidade de dados já existentes na web cresce historicamente, sendo que alguns cálculos realizados indicam que até 2015 essa quantidade irá quadruplicar (OLHAR DIGITAL, 2012).

Com o crescimento da quantidade de dados, surge também a possibilidade de utilização destas informações públicas como fonte para extração de características e opiniões sobre produtos, empresas e pessoas, principalmente pessoas que estão em evidência midiática. Isso porque tanto as grandes empresas, quanto as chamadas personalidades da mídia, aproveitam esta situação para monitorar sua popularidade e relevância frente à opinião dos espectadores. Mas o outro lado também deve ser observado, ou seja, como essas marcas e estas personalidades da mídia se manifestam por meio das redes sociais, e também qual a real influência dessas mensagens ao público.

Por esse motivo, surge o que se chama atualmente de Análise de Sentimento, que tem como objetivo identificar características de um texto escrito de acordo com um determinado assunto. A partir desta análise classifica-se em subgrupos pré-definidos, tais como sentimentos e emoções (que podem ser descritos como bem conhecido, triste, feliz), popularidade (com determinações de positivo e negativo) ou em outro contexto que tenha sido previamente definido (AGARWAL et al., 2011).

A partir do exposto, este projeto apresenta como questão norteadora da pesquisa as seguintes indagações: “O ambiente esportivo da modalidade MMA (*Mixed Martial Arts*) leva os atletas ao desenvolvimento de comportamentos pró-sociais? Quais as políticas de identidade do MMA atualmente e como os atletas reconhecem estes comportamentos pró-sociais e os aplicam no contexto social fora do esporte, mais especificamente expressando o sentimento posto nas mensagens publicadas no microblog Twitter?”

Para se chegar às respostas pertinentes à estas perguntas, será necessário uma análise do ambiente esportivo a ser considerado. O principal ponto é o reconhecimento de como de como os atletas chegam à disputa da categoria conhecida como MMA (*Mixed Martial Arts*), abordando quais as características dos esportes de luta que podem levar o praticante à um desenvolvimento centrado no respeito de valores e comportamentos, pois assim criariam concepções de moral (pessoal) a respeito de seu mundo social através da interação com os outros.

Sendo assim, o objetivo deste trabalho é analisar as políticas de identidade do MMA por meio de uma análise de sentimento de *tweets* acerca da moralidade. Como objetivos específicos apresentam-se: desenvolver uma aplicação que automatize o processo de análise de sentimento; descrever os sentimentos postos nas mensagens do microblog de atletas profissionais de MMA; investigar as políticas de identidade do MMA em relação aos aspectos morais presentes na análise de sentimento.

2 MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa se caracteriza como descritiva, pois visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis (GIL, 2002). Esta pesquisa será realizada por meio de análise de mensagens postadas no microblog Twitter, mensagens estas que serão analisadas descrevendo os aspectos da moralidade envolvidos no desenvolvimento de atletas que praticam artes marciais e seus espectadores.

Não serão entrevistados sujeitos diretamente para a realização desta pesquisa. Serão utilizadas mensagens públicas presentes no microblog Twitter. O Twitter é uma rede social e microblog de serviço que permite aos usuários postarem mensagens em tempo real, que são os chamados *tweets*. Estes *tweets* são mensagens curtas, com tamanho máximo de 140 caracteres, por este motivo as pessoas utilizam mensagens com siglas, cometem erros de ortografia, usam símbolos que expressam especial significados. Quando se remete à análise de sentimento, considera-se que o sentimento está relacionado com as emoções despertadas em um sujeito ao receber um determinado estímulo. Neste caso, o sujeito é o indivíduo que lê um *tweet* publicado e as



emoções nele provocadas decorrem do conteúdo presente no texto, podendo ser categorizadas em positivas, negativas ou neutras.

A coleta dos dados será realizada utilizando a linguagem R, ou seja, um ambiente de desenvolvimento integrado para cálculos estatísticos e gráficos, criada por Ihaka e Gentleman no departamento de Estatística da Universidade de Auckland, Nova Zelândia, sendo desenvolvido de forma colaborativa em várias universidades do mundo. A linguagem R permite realizar a Análise de Sentimento presente nos *tweets* publicados na rede social (R-PROJECT).

Análise de sentimento (*Sentiment Analysis*) ou mineração de opinião (*opinion mining*) refere-se à aplicação de processamento de linguagem natural, linguística computacional e análise de texto para identificar e extrair informações subjetivas em materiais de base. Assim, o objetivo da análise de sentimento é determinar a atitude de uma fala ou de um escritor em relação a algum tema ou a polaridade contextual global de um documento. A atitude pode ser o seu julgamento ou avaliação, estado afetivo, ou a comunicação emocional pretendida (PANG & LEE, 2008).

3 RESULTADOS ESPERADOS

Espera-se que a análise de sentimento sobre o MMA indique uma política de identidade condizente com o desenvolvimento moral dos atletas, uma vez que seu desempenho na modalidade depende destes fatores estudados. A mensagens transmitidas pelos atletas e pelos espectadores no Twitter serão avaliadas de acordo com seu significado por meio das análises da linguagem R.

O contexto esportivo é considerado atualmente como um negócio rentável financeiramente. Vários atletas são contratados por clubes ou associações e recebem financeiramente pela questão do direito de imagem, que acaba sendo um chamariz para o evento as condições de comportamento do atleta fora do contexto esportivo. Portanto, a sua imagem é veiculada pela mídia independente de como ela realmente é, visto a possibilidade de distorção midiática.

No entanto, realizar a análise de sentimento sobre suas mensagens e relacioná-las com as mensagens dos espectadores do esporte, será importante para que se construa uma visão das políticas de identidade existentes na modalidade. Essas políticas de identidade servirão para clarear qual a imagem que os atletas estão passando aos espectadores e fãs e também como os espectadores e fãs do esporte estão se manifestando acerca do MMA.

O MMA é um esporte de apelo midiático como forma de divulgação da marca, isso porque se trata de um esporte que não é transmitido na programação livre, para toda a população. Então, há a necessidade de divulgação do mesmo, com isso, as redes sociais se tornam o grande alvo de propaganda. Por meio da política de identidade traçada por meio dos *tweets* espera-se ter uma resposta acerca de como essa propaganda midiática e a manifestação virtual dos atletas tem impacto nas manifestações dos espectadores.

REFERÊNCIAS

AGARWAL, A.; XIE, B.; VOVSHA, I.; RAMBOW, O; PASSONNEAU, R. **Sentimental Analysis of Twitter Data.**

Department of Computer Science, Columbia University: New York, NY, USA, 2011. Disponível em http://www1.ccls.columbia.edu/~beck/pubs/lsm2011_full.pdf. Acesso em 01 de abril de 2013.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2008.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento. 24. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

BLEDSOE, G. H. et al. Incidence Of Injury In Professional Mixed Martial Arts Competitions. **Journal of Sports Science and Medicine**, 2006, CSSI, 136-142.

BONIN, L. F. R. Indivíduo, cultura e sociedade. In: STREY, M. N., et al. **Psicologia Social Contemporânea.** Petrópolis: Vozes, 1998.

BREDEMEIER, B.; WEISS, M. Moral development in sport. **Exercises and Sport Science Reviews**, 1990 18, 331-378.

CÔTÉ, J. The influence of the family in the development of talent in sport. **The Sport Psychologist**, 1999, 13, 395-417.



GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

KOLLER, S. H.; BERNARDES, N. M. G. Desenvolvimento moral pró-social: Semelhanças e diferenças entre os modelos teóricos de Eisenberg e Kohlberg. **Estudos de psicologia**, 1997, 2(2), 223-262.

OLHAR DIGITAL. **966 exabytes**: esta é a quantidade de dados que tráfegarão na internet em 2015. Web. 05 de abril de 2012. Disponível em http://olhardigital.uol.com.br/produtos/digital_news/noticias/966_exabytes_esta_e_a_quantidade_de_dados_que_trafegarao_na_internet_em_2015. Acesso em 03 de abril de 2013.

PANG, B. & LEE, L. **Opinion mining and sentiment analysis**. Vol. 2, 1–135 (2008).
R-PROJECT. **The R Project for Statistical Computing**. Disponível em <http://www.r-project.org/>. Acesso em 01 de abril de 2013.

VIEIRA, J. L. L. Avaliação do desenvolvimento moral de adolescentes em dilemas morais da vida diária e da prática esportiva. **Revista da Educação Física**, Maringá, 1993, v. 4, n. 01, p. 34-39.

WACQUANT, L. Os três corpos do lutador profissional. In: LINS, D. (Org.). **A dominação masculina revisitada**. Campinas: Papirus, 1998. p. 73-96.

WEINBERG, R. S. e GOULD, D. **Fundamentos da Psicologia do Esporte e do Exercício**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed Editora, 2001.