



UNIVERSIDADE  
CATÓLICA  
PORTUGUESA

BEM-ESTAR SUBJETIVO DE ADEPTOS DE FUTEBOL DURANTE A  
INTERDIÇÃO DE PÚBLICO NOS ESTÁDIOS DEVIDO À PANDEMIA  
COVID-19

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para  
obtenção do grau de mestre em Psicologia do Bem-Estar e  
Promoção da Saúde

Por

Filipa Sofia Sant'Ana Lopes Malheiro Sardo

Faculdade de Ciências Humanas – Universidade Católica  
Portuguesa

Setembro, 2022



UNIVERSIDADE  
CATÓLICA  
PORTUGUESA

BEM-ESTAR SUBJETIVO DE ADEPTOS DE FUTEBOL DURANTE A INTERDIÇÃO  
DE PÚBLICO NOS ESTÁDIOS DEVIDO À PANDEMIA COVID-19

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para obtenção  
do grau de mestre em Psicologia do Bem-Estar e Promoção da Saúde

Por

Filipa Sofia Sant'Ana Lopes Malheiro Sardo

Faculdade de Ciências Humanas

Universidade Católica Portuguesa

Sob orientação de Professora Doutora Cristina Godinho

Setembro, 2022

## Resumo

A pandemia de COVID-19 trouxe a necessidade da tomada de medidas com vista à promoção da saúde pública e à prevenção do contágio. Todos os espetáculos desportivos, incluindo jogos de futebol, foram interditados de acesso por parte do público, realizando-se sem adeptos nas bancadas. O presente estudo exploratório, de abordagem quantitativa e qualitativa, teve como objetivo conhecer a forma como os adeptos de futebol percecionaram o impacto que a interdição de público nos estádios de futebol teve no seu bem-estar. Participaram nesta investigação 431 adeptos de futebol (71% homens) residentes em Portugal, com idades entre os 18 e os 74 anos. Os dados foram recolhidos através de questionário *online*, que incluiu questões de caracterização sociodemográfica e de caracterização do tipo de adepto; escalas *Positive and Negative Affect Scale* (PANAS) e *Mental Health Continuum Short Form* (MHCF-SF), adaptadas para avaliar o bem-estar subjetivo neste contexto particular, bem como algumas questões abertas. Concluiu-se que a interdição de público nos estádios de futebol teve um impacto negativo no bem-estar subjetivo dos adeptos, sobretudo em participantes com elevado grau de afeição ao clube. As temáticas emergentes do processo de análise de conteúdo comprovaram os efeitos negativos no bem-estar subjetivo, evidenciando as áreas em que o mesmo foi mais sentido, nomeadamente na alteração e quebra de rotinas, aos sentimentos e emoções percecionados e à impossibilidade de manifestar apoio à equipa. As implicações do estudo remetem para a importância que assistir presencialmente aos jogos de futebol tem no bem-estar subjetivo dos respetivos adeptos. Investigações futuras são necessárias no sentido de sustentar estes resultados, estudando de forma mais aprofundada o impacto que o futebol assume no bem-estar junto dos seus adeptos, independentemente do contexto pandémico que emoldurou a nossa investigação.

**Palavras-Chave:** Pandemia COVID-19, Interdição de Público; Adeptos de Futebol; Bem-Estar Subjetivo; Afeição ao clube.

## Abstract

The COVID-19 pandemic brought the need to take measures to promote public health and prevent contagion. All sports shows, including football matches, were banned from access by the public, taking place without fans in the stands. This exploratory study, with a quantitative and qualitative approach, aimed to know how football fans perceived the impact that the ban on the public in football stadiums had on their well-being. A total of 431 football fans (71% men) living in Portugal, aged between 18 and 74 years old, participated in this investigation. Data were collected through an online questionnaire, which included questions on sociodemographic characterization and characterization of the type of supporter; Positive and Negative Affect Scale (PANAS) and Mental Health Continuum Short Form (MHCF-SF), adapted to assess subjective well-being in this context, as well as some open-ended questions. It was concluded that the ban on the public in football stadiums had a negative impact on the subjective well-being of supporters, especially on participants with a high degree of affection for the club. The themes emerging from the content analysis process proved the negative effects on subjective well-being, highlighting the areas in which it was most felt, namely in the change and break of routines, the perceived feelings and emotions and the impossibility of expressing support for the team. The implications of the study refer to the importance that attending football matches in person has on the subjective well-being of the respective supporters. Future investigations are necessary to support these results, studying in more depth the impact that football has on the well-being of its fans, regardless of the pandemic context that framed our investigation.

**Keywords:** COVID-19 Pandemic, Public Interdiction; Football supporters; Subjective Well-Being; Club affection.

À minha mãe,  
por ser a minha inspiração, em todos os aspetos e momentos da minha vida.

## **Agradecimentos**

Este trabalho espelha um caminho, uma jornada, uma viagem e, como tal, implica uma correlação direta com a passagem do tempo e com o facto de não viajarmos sozinhos. Por isso, agradeço a todas as pessoas que, de alguma forma, contribuíram para que esse caminho se tornasse mais fácil e menos labiríntico.

À Professora Doutora Cristina Godinho, pela orientação, motivação e presença durante esta fase. Pelos ensinamentos, esclarecimentos e contributos para uma melhor e mais enriquecedora aprendizagem.

A todo o corpo docente da Universidade Católica Portuguesa, que me acompanhou ao longo destes 5 anos e com quem tanto aprendi e cresci, em termos académicos e pessoais.

À minha mãe, que é o meu suporte em tudo, por toda a força que me deu e dá na minha vida, em qualquer área, em qualquer momento. Por ser tão presente e ter sempre uma palavra de amor e carinho para me dar. Por me motivar e ensinar a ser persistente, lutadora e resiliente na vida. Por me fazer querer ser uma pessoa melhor, seguindo os seus passos como inspiração. Um agradecimento também especial por tornar este percurso possível.

Aos meus avós maternos, por estarem sempre presentes e disponibilizarem-se para me auxiliar sempre em qualquer momento. Por todo o amor incondicional que me transmitem todos os dias. Um agradecimento especial ao meu avô materno por me ter acompanhado a jogos do nosso clube e por me ter ensinado tanto sobre a história do mesmo.

Ao meu irmão Tiago, por toda a paciência que tem para mim e por me apoiar em todos os momentos da minha vida, tendo sempre uma palavra sábia para me transmitir. Por ter sido o meu companheiro de bancada ao longo de tantos anos, por termos chorado e sorrido juntos as vitórias e as derrotas do nosso clube, por me ter mostrado a grandeza do mesmo. Sem tudo isto, a minha vida não seria repleta de tanta felicidade.

Ao meu pai e à minha irmã Constança, pelos momentos de descontração que me proporcionaram ao longo deste percurso.

Aos meus tios e às minhas primas pelo incentivo e força que me deram para que nunca desistisse desta missão que, em muitos momentos, apresentou obstáculos e exigiu muita resiliência.

Ao meu namorado Diogo, pelos momentos de partilha, pelas palavras de amor e carinho, por ter sido um apoio muito importante em momentos mais difíceis. Por ser o meu companheiro atual de bancada e por acompanharmos juntos o nosso clube pelo mundo fora.

À Tânia pela cumplicidade e amizade em todos os momentos da minha vida.

Aos meus colegas e amigos de faculdade, pelas experiências partilhadas e entreajuda.

A todos os meus amigos, adeptos do meu clube ou de outro, por todos os momentos de diversão e de muitas emoções que vivemos juntos.

E, ainda, a todas as pessoas que me ajudaram a divulgar e que responderam ao questionário, pois sem elas não teria sido possível a realização deste trabalho.

A mim própria, por ter sido capaz de enfrentar e concluir mais um desafio na minha vida, ultrapassando os obstáculos e dando tudo de mim.

## Índice

Resumo .....	iii
Abstract .....	iv
Agradecimentos .....	vi
Índice de Figuras .....	x
Índice de Quadros.....	xi
Introdução.....	1
Capítulo 1. Enquadramento Teórico.....	4
1.1. Pandemia Covid-19 e impacto no desporto: suspensão de jogos de futebol e interdição de público nos estádios.....	4
1.2. A (R)evolução da Psicologia Positiva: O bem-estar como conceito polissémico .....	6
1.2.1. Domínios de Bem-Estar Subjetivo .....	7
1.2.2. O Bem-Estar Subjetivo: conceito e dimensões .....	9
1.3. A especificidade do Desporto: contributos para o bem-estar subjetivo do adepto de futebol.....	11
1.3.1. Contextualização do futebol na sociedade atual .....	11
1.3.2. Construção de identidades: adepto/fã.....	13
1.3.3. Bem-estar subjetivo dos adeptos de futebol.....	18
1.4. Convite à leitura do trabalho e objetivos do estudo.....	22
Capítulo 2. Metodologia .....	25
2.1. Participantes .....	25
2.2. Instrumentos .....	26
2.2.1. Positive and Negative Affect Scale (PANAS).....	26
2.2.2. Mental Health Continuum Short Form (MHC-SF) .....	27
2.2.3. Impacto percebido da pandemia no bem-estar subjetivo .....	28
2.2.4. Caracterização dos Adeptos .....	29
2.2.5. Afeição ao clube .....	30
2.2.6. Dados Sociodemográficos .....	30
2.3. Procedimentos .....	30
2.3.1. Recolha de Dados .....	30
2.3.2. Análise de dados.....	31
Capítulo 3. Resultados.....	34
3.1. Eixo 1: Caracterização dos adeptos e o seu grau de “afeição ao clube” .....	34
3.2. Eixo 2: Impacto percebido da interdição de público nos estádios no bem-estar subjetivo.....	40
3.2.1. Fatores associados ao bem-estar subjetivo dos adeptos .....	45
Capítulo 4. Discussão .....	50

Capítulo 5. Conclusão .....	61
Referências Bibliográficas.....	62

## **Apêndices**

Instrumento de recolha de dados: Questionário.....	73
Grelha matriz de Análise de Conteúdo “ <i>De que forma a interdição de público nos estádios de futebol afetou o seu clube</i> ”.....	90
Grelha matriz de Análise de Conteúdo “ <i>De que forma a interdição de público nos estádios de futebol o afetou enquanto adepto</i> ”.....	91

## Índice de Figuras

Figura 1. Motivos para serem adeptos .....	34
Figura 2. Momentos em que se sentem melhores adeptos .....	35
Figura 3. Momentos de participação ativa .....	35
Figura 4. Formas de acompanhamento dos jogos .....	36
Figura 5. Assistência aos Jogos “ <i>em casa</i> ” .....	36
Figura 6. Assistência aos Jogos “ <i>fora de casa</i> ” .....	37
Figura 7. Atitudes durante o jogo .....	37
Figura 8. Companhia durante os jogos .....	38
Figura 9. Bem-estar subjetivo percebido pelo adepto .....	40
Figura 10. Árvore de Categorias - Clube: Impacto da interdição de público nos estádios .....	41
Figura 11. Árvore de Categorias - Adeptos: Impacto da interdição de público nos estádios .....	43

## Índice de Quadros

<b>Quadro 1.</b> Caracterização sociodemográfica da amostra .....	25
<b>Quadro 2.</b> Valores médios e desvio-padrão de cada item .....	39
<b>Quadro 3.</b> Exemplos de unidades de análise por unidades de contexto “ <i>De que forma a interdição de público nos estádios de futebol afetou o seu clube</i> ” .....	42
<b>Quadro 4.</b> Exemplos de unidades de análise por unidades de contexto “ <i>De que forma a interdição de público nos estádios de futebol o afetou enquanto adepto</i> ” .....	44
<b>Quadro 5.</b> Correlações entre as diferentes variáveis (bem-estar dos adeptos vs natureza sociodemográfica).....	46
<b>Quadro 6.</b> Regressão linear para as variáveis do impacto da pandemia e da consequente interdição de público nos estádios de futebol no bem-estar dos adeptos.....	47
<b>Quadro 7.</b> Regressão Linear para os Fatores do Afeto Positivo .....	47
<b>Quadro 8.</b> Regressão Linear para os Fatores do Afeto Negativo .....	48
<b>Quadro 9.</b> Regressão Linear para os Fatores do Bem-Estar Emocional.....	48
<b>Quadro 10.</b> Regressão Linear para os Fatores do Bem-Estar Social.....	49
<b>Quadro 11.</b> Regressão Linear para os Fatores do Bem-Estar Psicológico.....	49

*“O futebol é a coisa mais importante de entre as coisas menos importantes das nossas vidas.”*

João Paulo II

*“(…) Não concebo que alguém que não é adepto realmente empenhado, que não vá ou nunca tenha ido por sistema ao estádio da sua equipa, possa perceber o que significa ser adepto. Só nós podemos saber que ser adepto de futebol é, acima do mais, sofrer, e estar preparado para tal. É sentir o coração a acelerar quando a equipa entra em campo. É nunca realmente ser capaz de admirar o mais belo golo do mundo se for marcado na nossa baliza. É algo de incondicional e incontrolável, estúpido e glorioso.”*

Coelho (2004, p.21)

## Introdução

O futebol é um fenómeno de grande relevância em todo o mundo, sendo um alvo interessante para ser explorado no que às dimensões do bem-estar subjetivo diz respeito (Coelho, 2004). O bem-estar subjetivo pode ser definido como sendo as avaliações que as pessoas fazem das suas vidas (Diener, Suh & Oishi, 1997) e que têm um impacto sobre a saúde mental dos indivíduos (Keyes & Waterman, 2003). Tem sido estudado e agrupado em duas principais perspetivas. Uma delas defende que existem dois domínios de bem-estar subjetivo (Diener et al., 2009): o domínio emocional (afetos positivos e negativos) e o domínio cognitivo (satisfação com a vida). A segunda perspetiva, defendida por Keyes (1995), assume que o bem-estar subjetivo engloba três dimensões: o bem-estar psicológico, o social e o emocional. Estudos anteriores (e.g., Páez et al., 2015, cit. por Bravo et al., 2020), evidenciaram que os eventos desportivos coletivos reforçam o afeto positivo e favorecem a partilha das emoções vividas e uma perceção de contágio emocional que influencia o bem-estar psicológico, tanto nos atletas como em adeptos.

A pandemia causada pelo SARS CoV-2 provocou uma disrupção nas competições desportivas do futebol profissional, tanto a nível nacional como a nível europeu e mundial (Leitão et al., 2020). Uma das mais evidentes traduziu-se na interdição de público nos estádios de futebol, durante os respetivos jogos, medida assumida pelo governo português em março de 2020. Até ao momento não existem ainda estudos sobre os efeitos da pandemia no bem-estar subjetivo (BES) do adepto de futebol no que à interdição de público nos estádios diz respeito. Sendo a razão deste nosso estudo um fator determinante para avaliar se, na perceção dos adeptos, esta interdição teve ou não influência no seu BES.

Neste contexto, o presente estudo, enquadra-se no paradigma interpretativo e adota uma abordagem quantitativa e qualitativa de natureza exploratória sobre o bem-estar subjetivo dos adeptos de futebol. Pretende-se especificamente compreender se estes, em Portugal, consideram que a interdição de público nos estádios afetou o seu bem-estar subjetivo, tendo em consideração a medida decretada pelo governo português para este efeito, devido à pandemia Covid-19. Assim, o trabalho aqui apresentado está estruturado em torno de cinco capítulos:

O primeiro capítulo, de enquadramento teórico, engloba uma revisão de literatura nacional e internacional sobre os três pilares que, teoricamente, enquadram e alicerçam o presente estudo. São estes: (1) Numa primeira secção apresentam-se, de forma sucinta os contextos internacionais emergentes da pandemia e a especificidade do caso de Portugal - onde se descrevemos algumas medidas de controlo da pandemia, entre as quais a que motivou este estudo e que se prende com a interdição de público nos estádios de futebol; (2) Na segunda secção abordamos o conceito polissémico de bem-estar e apresentamos as duas principais teorias de bem-estar subjetivo, propostas por Diener et al. (2009) e por Keyes (1995). Por fim, um terceiro pilar que procura conjugar os dois anteriores, fazendo emergir o terreno fértil para refletirmos sobre (3) a especificidade do desporto e os seus principais contributos para o bem-estar subjetivo do adepto de futebol. Procuramos enquadrar aspetos teóricos já existentes, acerca da modalidade desportiva do futebol, sustentando-os na sua possível influência sobre o BES de um adepto. Neste âmbito, e no que concerne ainda ao primeiro capítulo deste trabalho, serão realçadas as principais investigações existentes até então sobre as respetivas temáticas, enquadrando-se o presente estudo no sentido de contextualizar a sua relevância. Ainda neste capítulo serão apresentados os objetivos definidos para esta investigação.

No segundo capítulo é apresentada a metodologia do estudo, caracteriza-se a amostra do estudo, apresenta-se o respetivo desenho seguido, descrevem-se os instrumentos de recolha de dados, tal como os respetivos procedimentos associados ao processo, quer de recolha, quer de análise de dados, bem como ainda as questões éticas subjacentes.

No terceiro capítulo, apresentam-se os principais resultados obtidos no estudo, quer numa perspetiva quantitativa, quer qualitativa. Os resultados estão estruturados numa matriz de natureza interpretativa, tendo como orientação de caminho dois eixos que nos conduzirão, mais tarde, à análise e interpretação dos mesmos, tendo em consideração os objetivos de investigação definidos e que serão também eles enunciados o capítulo I deste trabalho. Para facilitar a interpretação dos resultados estes serão apresentados em dois eixos: 1) Caracterização dos adeptos e o seu grau de afeição ao clube; 2) Impacto percebido da interdição de público nos estádios no bem-estar subjetivo dos adeptos.

A discussão dos resultados, alcançados com este estudo apresentados anteriormente, será o cerne do quarto capítulo que inclui, não só o enquadramento dos resultados no contexto

científico atual e no âmbito dos objetivos definidos, como também os principais contributos, implicações e limitações práticas decorrentes. Apresentamos neste capítulo algumas sugestões de possíveis estudos futuros.

Por fim, será apresentada a conclusão deste nosso trabalho, através de uma abordagem global ao estudo.

## Capítulo 1. Enquadramento Teórico

### 1.1. Pandemia Covid-19 e impacto no desporto: suspensão de jogos de futebol e interdição de público nos estádios.

O ano de 2020 fica historicamente marcado em todo o mundo com a pandemia de Covid-19. O novo coronavírus (SARS-CoV-2), foi identificado pela primeira vez em seres humanos no mês de dezembro do ano de 2019, na cidade de Wuhan, situada na China (Ciotti et al., 2020). O número de novos casos aumentou exponencialmente, originando um surto da infeção a nível mundial, razão pela qual se aplica o conceito de pandemia, que se traduz pela *“disseminação mundial de uma doença, que se espalha por diferentes continentes, afetando geralmente um grande número de pessoas, com transmissão sustentada na comunidade. Na maioria das vezes está associada a uma grande perturbação social e coloca sobre enorme pressão os serviços de saúde a nível global”* (DGS, 2022).

Sabemos hoje que a transmissão é feita de pessoa para pessoa, através de gotículas libertadas pelo nariz ou pela boca de indivíduos contaminados (transmissão direta) ou ainda através dos objetos e superfícies com os quais tiveram contacto (transmissão indireta) (DGS, 2022). Segundo a mesma fonte, a transmissão indireta pode ocorrer através do toque com as mãos nesses locais e, após esse contacto, levar as mãos aos olhos, boca ou nariz. A transmissão pode acontecer cerca de dois dias antes de a pessoa infetada manifestar qualquer sintoma (DGS, 2022).

Os primeiros dois casos em Portugal surgiram no dia 2 de março de 2020. A 18 de março de 2020, já existiam mais de 214 mil casos confirmados da Covid-19 em todo o mundo (DGS, 2022). Não havia, nesta data, grande informação, nem conhecimento científico sobre a transmissão deste vírus nos seres humanos o que dificultou a implementação de medidas para lidar com uma pandemia à escala mundial desta natureza, associada a este fácil e tão rápido contágio (DGS, 2022). À data, não existiam vacinas nem nenhum tratamento definido para a doença, pelo que, a prevenção assentou essencialmente na regulação do comportamento das populações (DGS, 2022).

Em Portugal, à semelhança de muitos outros países no mundo, foi decretado, no dia 18 de março de 2020, o estado de emergência, através do Decreto do Presidente da República nº 14-A/2020, de 18 de março, que justificou a introdução de medidas no sentido de restringir a circulação de pessoas, tais como a definição de períodos de confinamento, onde o recolher

ao domicílio e o regime de teletrabalho se tornaram obrigatórios. Procedeu-se, ainda, segundo a mesma fonte, em dois momentos distintos, ao encerramento das escolas, optando-se pelo ensino a distância, os restaurantes apenas poderiam servir refeições em regime de *takeaway*, o encerramento completo de eventos na área da cultura (cinemas, teatros, concertos, entre outros), bem como dos estabelecimentos comerciais e recintos desportivos. Foram muitas e diversificadas as medidas assumidas em prole do controlo da pandemia propriamente dito, passando por etapas cumulativamente de tentativa de controlo dos casos e respetivas consequências ao nível dos internamentos em enfermaria e/ou cuidados intensivos, de forma a contribuir para a resposta eficaz do funcionamento do SNS – Serviço Nacional de Saúde português (DGS, 2022).

Uma das medidas que os diferentes governos proclamaram como já referimos foi a interdição de público nos estádios de futebol, medida essa que será abordada com maior detalhe na secção seguinte.

Em Portugal, foi proclamado, através do Decreto n.º 2-A/2020, de 20 de março, mais especificamente no Artigo 7º e respetivo anexo, o encerramento de diversas instalações e estabelecimentos ligados a diversas atividades desportivas, entre as quais as ligadas ao futebol, sendo incluídos campos de futebol, pavilhões ou recintos fechados e estádios (Leitão, 2020). Entre os dias 12 de março e 3 de junho de 2020, todo o desporto e respetivos campeonatos e/ou competições esteve interrompido - incluindo o futebol profissional e o amador (Leitão, 2020).

A 4 de junho de 2021 o governo autorizou a conclusão da competição da Primeira Liga, que ainda tinha dez jornadas por disputar, e da Taça de Portugal, cuja final seria disputada a 1 de agosto, data em que a época desportiva terminaria (Leitão, 2020). Durante este período, todos os jogos decorreram à porta fechada, sem público e nem todos os estádios da I Liga receberam jogos (Leitão, 2020). Segundo Leitão (2020) e no que diz respeito ao futebol, a Segunda Liga ficou de fora deste quadro de retoma, sendo que continuaram também interditas todas as modalidades praticadas em recinto fechado. A nova época viria a iniciar-se a 18 de setembro de 2021, mas a interdição de público nos estádios manter-se-ia (Leitão, 2020).

De facto, o futebol é um desporto que implica contacto físico e proximidade, não só dentro de campo, como também nas bancadas e, apesar de todas as precauções, testes e esforços, a Covid-19 acabou por se espalhar entre jogadores de futebol (Morgado, 2022). Em Portugal,

por exemplo, foram vários os jogadores de futebol que também testaram positivo à Covid-19 (Morgado, 2022). A 16 de janeiro de 2021 foi decretado um novo estado de emergência (DGS, 2020). As competições de futebol profissional tiveram anuência de continuidade, mas a interdição de público nas mesmas manteve-se (Leitão, 2020).

Embora o estado de emergência não tenha sido renovado depois de 30 de abril de 2021, a partir de 1 de maio de 2021 passou a vigorar, no nosso país, a situação de calamidade, decretada através da Resolução do Conselho de Ministros n.º 45-C/2021, de 29 de abril, razão que em nada alterou a possibilidade dos adeptos regressarem aos estádios para apoiarem as suas equipas (DGS, 2020). Este documento declarou que, no âmbito da pandemia de Covid-19, e relativamente à prática de atividade física e desportiva (Artigo 31.º) em contexto de treino e em contexto competitivo (número 1), admitia poder ser realizada, mas mais uma vez sem público, desde que o cumprimento das orientações definidas pela DGS fosse assegurado.

Apesar de para nós, enquanto seres humanos, se tornar crucial uma vida estável no que às variáveis saúde, emprego, bem-estar da família, entre outras diz respeito, existem outras atividades que fazem parte do nosso dia a dia e que devem ser reconhecidas na sua especificidade como contributos para esse bem-estar, sendo o futebol, no contexto cultural onde nos inserimos, uma delas (Pentieiros, 2021). Considerando a relevância da afiliação ao seu clube para muitos adeptos de futebol (Bonde et al., 2022) todas estas restrições e interdição do público nos estádios poderão ter tido, para muitos adeptos, uma influência no seu bem-estar subjetivo.

Assim, na secção seguinte procuraremos definir o conceito de bem-estar, nas suas diferentes dimensões e à luz de diferentes perspetivas teóricas.

## **1.2. A (R)evolução da Psicologia Positiva: O bem-estar como conceito polissémico**

O bem-estar é um conceito polissémico que envolve duas abordagens principais: a perspetiva hedónica e a eudaimónica (Averill & More, 1993). Na perspetiva hedónica, encontra-se o bem-estar subjetivo, que diz respeito às avaliações subjetivas e pessoais sobre o nível de satisfação com a vida (Diener et al., 2003). Tais avaliações incluem a análise pessoal sobre a frequência com que se experimentam emoções positivas e negativas no dia a dia (Siqueira et al., 2008). A perspetiva eudaimónica relaciona-se com o desenvolvimento das potencialidades humanas, com os propósitos de vida de cada um e com a procura de

autorrealização, estando correlacionado com a superação dos desafios existenciais de vida, integrando várias dimensões do funcionamento psíquico (Kashdan et al., 2008).

Constatamos assim, que o conceito de BES tem sido estudado à luz de diferentes perspectivas e que diferentes autores têm proposto a estruturação deste conceito em diferentes dimensões. No âmbito deste nosso estudo apresentaremos, nos dois pontos seguintes, duas das linhas de investigação que mais têm sido alvo de estudos sobre esta temática.

Uma linha de investigação aborda os trabalhos de Diener et al., (2009) que define dois domínios de bem-estar subjetivo: o domínio emocional (afetos positivos e negativos) e o domínio cognitivo (satisfação com a vida). De seguida no ponto 1.2.1. apresentaremos de forma mais descritiva esta corrente de investigação.

Uma outra abordagem utilizada no campo da investigação sobre o bem-estar subjetivo assenta nos estudos de Keyes (1995) que contemplam a sua estruturação em torno de três dimensões: bem-estar psicológico, bem-estar social, bem-estar emocional (Santana et al., 2016). Esta abordagem será desenvolvida no ponto 1.2.2. deste trabalho.

### ***1.2.1. Domínios de Bem-Estar Subjetivo***

O bem-estar subjetivo é uma componente muito importante da psicologia positiva (Diener et al., 1997). Diener et al. (1997, p. 1) definem bem-estar subjetivo (BES), “procura compreender as avaliações que as pessoas fazem de suas vidas.”

Este conceito surgiu em 1950 e, desde então, tem sido estudado por se tratar de um indicador relevante sobre a qualidade de vida dos indivíduos, que contém como principais pontos, a felicidade e a satisfação com a mesma (Diener et al., 2009). Segundo estes autores, a avaliação do bem-estar subjetivo deve incluir uma componente cognitiva (satisfação global com a sua vida e tópicos mais específicos, como o seu trabalho e casamento) e uma avaliação sobre a frequência com que experienciam emoções positivas e negativas ao longo da mesma. Neste enquadramento, um nível apropriado de bem-estar subjetivo acontece quando o indivíduo reconhece que experiencia cumulativamente emoções positivas com muita frequência, emoções negativas com baixa frequência e uma elevada satisfação com a sua vida (Diener et al., 2009). O bem-estar subjetivo pode ser também denominado de felicidade (Seligman, 2014). Esta é uma das componentes principais para uma vida saudável,

remetendo-nos para a presença de emoções e estados cognitivos positivos (Diener et al., 2009).

Esta linha de investigação opta por apresentar o bem-estar subjetivo em torno de dois domínios principais. O domínio cognitivo, que inclui a satisfação com a vida, e o domínio emocional - que contempla os afetos positivos e negativos como veremos de seguida (Siqueira et al., 2008).

#### *1.2.1.1. Domínio emocional de BES: Afetos positivos e Afetos negativos*

Diener & Lucas (2000) consideram que o bem-estar subjetivo é apenas descrito pela própria pessoa, tratando-se, assim, de uma autoavaliação. Segundo os autores, cada indivíduo avalia a sua vida de acordo com os seus valores, princípios, experiências anteriores, expectativas e emoções, sendo, assim, algo de natureza maioritariamente subjetiva. Esta subjetividade organiza-se segundo os sentimentos e pensamentos do próprio indivíduo relativos à sua própria existência (Siqueira et al., 2008).

As emoções assumem, assim, uma componente muito importante na vida das pessoas (Siqueira et al., 2008). Os indivíduos são incentivados a planear a sua vida, de forma a conseguirem vencer alguns dos desafios com que se deparam no dia-a-dia, como, por exemplo, equilibrarem as suas finanças, manterem o seu emprego, evitarem hábitos que possam prejudicar a própria saúde, promoverem a sua integridade emocional, física e social, através das suas ações e comportamentos, etc. (Siqueira et al., 2008). Bradburn (1969) afirma que o bem-estar subjetivo possui uma composição emocional, composta por duas dimensões: as emoções positivas e as emoções negativas. Segundo este autor, os afetos positivos e os afetos negativos originariam dois diferentes contínuos de afetividade, tendo-os estruturado de forma bidimensional: afetos positivos e afetos negativos, considerando-os como sendo dois afetos distintos.

Anos mais tarde, nas décadas de 70 e 80 do século XX, diversos autores incluíram ambas as dimensões e a satisfação com a vida como sendo componentes que integram o bem-estar subjetivo, tendo, na sua composição, quer uma componente emocional, quer uma componente cognitiva (Andrews & Withey, 1976; Campbell et al., 1976; Diener, 2009; Emmons, 1986).

Por outro lado, e segundo Keyes et al. (2002), para que haja uma relação positiva relativa às emoções vividas pelos indivíduos, é importante que os mesmos, ao longo das suas vidas,

vivenciem mais emoções positivas do que emoções negativas. Este aspeto vai ao encontro do que acima já referirmos no que diz respeito aos trabalhos apresentados por Seligman (2014), na medida em que, a dimensão emocional do bem-estar subjetivo dá destaque às questões afetivas da vida dos indivíduos, relacionando-se, assim, com a visão subjetiva da felicidade (bem-estar hedónico).

### ***1.2.1.2. Domínio cognitivo de BES: Satisfação com a vida***

A satisfação com a vida é a componente cognitiva do bem-estar subjetivo, associada à qualidade de vida, ao bem-estar e à felicidade (Siqueira et al., 2008). Keyes e colaboradores (2002, p.204) definem-na como “*o julgamento que o indivíduo faz sobre a sua vida*”. Citando a mesma fonte, e de acordo com Campbell & cols. (1976, p.204), a satisfação com a vida “*reflete o quanto esse indivíduo se percebe distante ou próximo das suas aspirações.*”

Na mesma linha teórica, Neugarten, Havighurst e Tobin (1961) defendem que a satisfação com a vida se traduz num estado psicológico que possui uma relação com o bem-estar, mais do que com as avaliações objetivas da qualidade de vida individual.

De uma forma global constata-se que a qualidade de vida pode assumir assim duas abordagens: uma abordagem objetiva que se traduz no ambiente, na saúde e em outros indicadores que são quantificáveis e observáveis; e uma abordagem subjetiva que é defendida como uma “*possibilidade de se levar em conta, em avaliações individuais, diferenças culturais na percepção do padrão de vida*”. (Siqueira et al., 2008, p. 204).

### ***1.2.2. O Bem-Estar Subjetivo: conceito e dimensões***

Tal como referido anteriormente, este ponto procurará descrever de forma mais detalhada a perspetiva defendida por Keyes (1995) que estruturam, o BES em torno de três dimensões: bem-estar psicológico, bem-estar social, bem-estar emocional (Santana et al., 2016).

#### ***1.2.2.1. Bem-Estar Psicológico***

O bem-estar psicológico foi proposto no final dos anos 80 do século XX e relaciona-se com a maior frequência de experiências de afetos positivos do que de afetos negativos (Keyes & Ryff, 1995). O bem-estar psicológico surge exatamente devido ao facto de se negligenciarem

causas e consequências do funcionamento positivo e, pelo contrário, enfatizarem-se aspetos mais relacionados com a infelicidade e o sofrimento (Siqueira et al., 2008).

O funcionamento psicológico positivo / bem-estar segue uma abordagem que se apoia em diversas teorias clássicas presentes na psicologia (Keyes et al., 1995). Segundo estes autores, é composto por seis componentes: 1) Autoaceitação (definida como a componente central da saúde mental e remete para atitudes positivas do indivíduo para consigo próprio); 2) Relacionamento positivo com outras pessoas (definida como a capacidade de amar, ter empatia e manter amizades com os outros); 3) Autonomia (relativa ao locus interno de avaliação e ao uso de padrões internos de autoavaliação); 4) Domínio do ambiente (remete para a capacidade de o indivíduo conseguir escolher, criar e manusear ambientes complexos e adequados às suas características); 5) Propósito de vida (reme para as intenções, objetivos e senso de direção perante a sua vida, mantendo um significado para a mesma); 6) Crescimento pessoal (relativa ao crescimento, à abertura a novas experiências, a vencer desafios nas diferentes fases da vida).

Burns & Machin (2010), procuraram descobrir os efeitos do bem-estar psicológico no bem-estar subjetivo. Os resultados demonstraram que o bem-estar psicológico é um elemento importante na previsão do bem-estar subjetivo (Burns & Machin, 2010). De acordo com os autores, o bem-estar psicológico tem ganho importância e fornece um sentido, uma alteração de atitude mais perdurável, com efeitos diminutos de reatividade emocional relativo a causas externas ao próprio indivíduo. Todos estes fatores afetam o bem-estar subjetivo (Santana et al., 2016).

#### ***1.2.2.2. Bem-Estar Social***

O conceito de bem-estar social surgiu uma década após ter sido proposto o constructo de bem-estar psicológico (Keyes, 1998). De acordo com o autor, o seu propósito passa por caracterizar o funcionamento positivo do indivíduo, através da sua relação com os outros e com o ambiente. Segundo Santana e colaboradores (2016), o bem-estar social procura uma representação, pela positiva, da experiência subjetiva de bem-estar, correlacionada com a satisfação que as pessoas sentem no desempenho das suas tarefas sociais e nas suas relações com o meio.

Keyes (1998), propõe cinco dimensões de forma a identificar a satisfação social: 1) Integração Social, 2) Contribuição Social, 3) Coerência Social, 4) Aceitação Social e 5)

Realização Social. Estas cinco dimensões têm como objetivo representar os desafios que as pessoas encontram ao longo da sua vida, enquanto seres sociais e na sua relação com a sociedade (Santana et al., 2016).

### ***1.2.2.3. Bem-Estar Emocional***

De acordo com Santana et al. (2016), nesta componente os autores identificam o afeto positivo, o afeto negativo, a satisfação com a vida e a felicidade. O afeto positivo relaciona-se com experiências como a alegria e o entusiasmo com a vida (Santana et al., 2016). Segundo os autores, o afeto negativo prende-se com a existência de sintomas que considerem que a vida é indesejável e/ou desagradável. Relativamente à satisfação com a vida, o indivíduo tem a sensação de paz e de contentamento quando consegue realizar os seus objetivos ou alcançar os seus desejos na medida em que a felicidade se traduz numa experiência de prazer e alegria (Santana et al., 2016).

Até ao momento, neste enquadramento teórico, conseguimos apresentar dois aspetos basilares para a tese que pretendemos correlacionar neste estudo e que apresentaremos, mais tarde, na componente empírica do mesmo. Na verdade, a medida de interdição de público nos estádios de futebol, por imperativos de saúde pública, no âmbito das medidas governamentais proclamadas em Portugal para a COVID-19, poderá ter tido impacto no bem-estar subjetivo do adepto de futebol no que ao contexto da especificidade do desporto diz respeito. O ponto seguinte procura sustentar teoricamente com mais detalhe esta nossa convicção prévia.

## **1.3. A especificidade do Desporto: contributos para o bem-estar subjetivo do adepto de futebol**

### ***1.3.1. Contextualização do futebol na sociedade atual***

O futebol terá surgido entre a segunda metade do século XIX e a primeira metade do século XX em Inglaterra (Nolasco, 2004). Teve, assim, a sua origem na cultura inglesa, e ter-se-á espalhado pelo mundo durante o século XX, tendo tido uma aceitação muito positiva em muitos países (Nolasco, 2004). Desde o final do século XIX, o futebol tem sido o desporto mais popular do mundo (Giulianotti & Robertson, 2004) e, desde então, tem estado presente na vida dos indivíduos constituindo, para muitos, um momento de lazer (Rodrigues, 2009).

Inicialmente, a atividade desportiva ligada ao futebol era pouco sistematizada, mas, com o passar do tempo e através de diferentes organizações desportivas internacionais, o sistema desportivo tornou-se num sistema global e bastante organizado (Rodrigues, 2009). O futebol foi-se associando a diversos domínios, como o cultural, o económico, o político, entre outros, e esta associação fomentou a sua globalização transformando-o num desporto universal (Nolasco, 2004). Na verdade, é inquestionável que o futebol é um espetáculo, um produto social, estruturado em instituições que possuem as suas próprias dinâmicas e em organizações que contêm regras, poderes e hierarquias (Marivoet, 2004).

É um fenómeno que se movimenta, em grande parte, por sentimentos e emoções e é por essa razão que tem a capacidade de atrair grandes massas, tanto profissionais do desporto, como todos os outros indivíduos que reconhecem a singularidade das suas características (Coelho, 2004). O futebol é o desporto que mais atrai fãs e espectadores em todo o mundo – independentemente da cultura, do sistema económico, político, dos acontecimentos históricos ou do grau de desenvolvimento de cada um dos países (Coelho, 2004).

Citando Coelho (2004, p.22), *“O futebol é um facto cultural global. É jogado e visto em todo o mundo, ultrapassando todo o tipo de barreiras sociais, económicas, políticas e, hoje em dia, até sexuais. Pode dizer-se que o futebol é transversal às diferenças, dado que num estádio podemos encontrar juntos, torcendo pela mesma equipa – e se calhar abraçando-se emocionados quando aquela marca um golo – ricos, pobres, intelectuais e operários, homens e mulheres, jovens e velhos. E a verdade é que não há muitos fenómenos que promovam esta aproximação (...)”*.

O futebol é, assim, *“o desporto mais consumido do planeta”*, uma linguagem universal e, por esta razão, é um objeto de pesquisa bastante relevante (Coelho, 2004). Também em Portugal, o futebol é reconhecido como o *“desporto nacional”*, sendo considerado o *“desporto rei”* (Fernandes, 2011), e entendido, por muitos, como uma necessidade e um espaço de lazer (Coelho, 2004).

Para Thonhauser et al. (2019) o estudo do futebol sempre foi abordado de forma interdisciplinar no âmbito das diferentes ciências sociais e humanas sendo várias as diferenças entre as variadas culturas disciplinares. No entanto, existem traços que são semelhantes em diversas investigações já feitas. Segundo este autor, as pesquisas já existentes, no que ao público nos estádios de futebol diz respeito, tem estado muito centradas

nas claques onde o efeito da multidão nos remete para a área da sociologia. Fredrickson (2004), no âmbito da psicologia, destaca que as experiências de emoções positivas conduzem os indivíduos a envolverem-se com os seus ambientes e a participarem em atividades beneficiando de uma sensação de compensação pela teoria alargada e construída de emoções positivas, na medida em que estas “*alargam os repertórios momentâneos de pensamento-ação dos povos*”, contribuindo, assim, para a construção dos seus recursos pessoais duradouros.

### ***1.3.2. Construção de identidades: adepto/fã***

O desporto moderno originou diversas alterações no futebol (Elias & Dunning, 1992). Esta modalidade tornou-se um veículo importante de produção de identidades (Marivoet, 2004). Erikson (1968), define identidade como um objeto do desenvolvimento que ocorre durante todo o ciclo de vida, que é definido pela compreensão que o próprio indivíduo tem de si próprio e da sua posição no mundo e ainda confere ao mesmo um “*sentimento de unidade e continuidade histórica.*”

A identidade dos indivíduos é definida consoante os grupos sociais a que pertencem (Hogg & Vaughan, 2009). A identidade é construída na relação com os outros, num determinado contexto (Cabrita, 2015). A necessidade de pertencer a um grupo faz com que os indivíduos se identifiquem com um clube ou atleta (Wann et al., 2001).

No campo específico do desporto, para Kwon, Trail & James (2007), a identificação com uma equipa desportiva consiste na partilha da paixão de um certo conjunto de indivíduos relativamente a um determinado clube. Desta forma, esse conjunto de pessoas possui uma identidade social particular (Kwon, Trail & James, 2007). Os indivíduos que se identificam com uma equipa criam uma ligação com um determinado clube (Pentieiros et al., 2021). O facto de os clubes de futebol estarem profundamente entrelaçados nas suas comunidades, traz um grande impacto ao nível do capital social, na saúde, felicidade e bem-estar, assim como na identidade dos seus habitantes (Bond et al., 2022).

Na sociedade moderna, o facto de torcermos pela nossa seleção ou pelo nosso clube de futebol representa uma maneira de nos expressarmos, uma forma de identificação social (Rodrigues et al., 2018). O ato de torcer/apoiar a equipa é um momento que gera sensações positivas, tanto para o próprio indivíduo, como para os jogadores, sendo, assim, um momento de entrega nosso ao outro (Rodrigues et al., 2018). Num estudo feito por Trail,

Anderson & Fink (2005), os investigadores descobriram que o facto de um apoiante ter de deixar de acompanhar, obrigatoriamente, o seu clube teria uma influência significativa na sua autoestima (Pentieiros et al., 2021).

Para Cabrita (2015), os adeptos são pessoas que, por diferentes razões, seguem os atletas e as respetivas equipas. No entanto, segundo o autor, não existiriam equipas desportivas nem atletas sem a presença de adeptos.

Segundo Chakrabarti & Berthon (2012), um adepto é um indivíduo que se identifica como apoiante, fã, simpatizante ou espectador do desporto em geral ou de uma modalidade em específico, de um clube, de uma equipa ou ainda especificamente de um determinado atleta, não tendo a ver com as formas como particularmente demonstra essa identificação ou esse apoio. Estes autores diferenciam o conceito de fã do conceito de adepto. Segundo eles, a maior diferença entre ambos é que o adepto pertence ao grupo e faz parte dele mesmo, apenas por si só. Em contrapartida, os autores consideram que ser fã remete para um estilo de vida, uma forma de ser e de estar que tem muito maior impacto em diferentes esferas da vida do indivíduo, isto é, na sua profissão, na sua família, no seu núcleo de relações sociais, etc. Trata-se de uma experiência social única, que possui rituais próprios e que, devida à elevada envolvimento emocional, pode exceder a importância do trabalho ou da família (Chakrabarti & Berthon, 2012).

Ser fã possibilita que o indivíduo tenha um sentimento de pertença devido aos benefícios percebidos de solidariedade, comunidade, prestígio social e aumento da autoestima (Goldstein, 1989).

Os adeptos associam o futebol a uma identificação grupal e a um sentido de pertença (Santos, 2016). Manifestam-se no estilo de vida e na forma como se afirmam socialmente enquanto adeptos, na medida em que estes distinguem-se de outros adeptos pelas cores que usam e pelas tradições dos respetivos clubes com os quais se identificam (Santos, 2016). Os adeptos vivem as vitórias, empates e derrotas dos clubes como sendo resultados seus (Silva, 2017). Para este autor, a ligação profunda entre o adepto e o clube parece ser uma componente importante da identidade individual do adepto. Esta identidade individual passa pela identificação que o adepto sente em relação ao clube e pelos seus valores (Silva, 2017). O sentimento de pertença que os indivíduos sentem resulta da união que estabelecem com

outros indivíduos que possuem interesses desportivos idênticos, quando há momentos de vitórias, empates e derrotas da equipa (Branscombe & Wann, 1991).

Tanto a psicologia como a sociologia se têm debruçado sobre a temática da identidade social. No caso particular da modalidade desportiva futebol, esta identidade pode estabelecer-se em torno de um clube ou de um símbolo e caracteriza-se pelo “*envolvimento emocional de quem acede, ou se sente fazer parte de um todo que o transcende*” (Durkheim, cit. por Marivoet, 2004, p. 13).

De uma forma geral e segundo Anthony Smith (cit. por Marivoet, S., 2004, p. 13), o sentimento de pertença nacional produz-se e repete-se “*em torno de uma ideologia construída e mediatizada por símbolos e rituais de celebração que nos lembram e fazem reviver um passado comum, uma história, um modo de ser, que mais não é do que uma consciência coletiva construída de sermos de outro modo dos demais, isto é, sermos nós mesmos com os nossos hábitos e o nosso património territorial, linguístico e cultural, enquanto comunidade moral que nos reagrupa na grande família da nação.*”

A teoria da identidade social, de Tajfel e Turner (1986), afirma que os indivíduos que se identificam muito com as suas equipas, consideram que o sucesso ou o fracasso das mesmas são também o seu sucesso ou fracasso pessoal (Unanue et al., 2020). Desta forma, e segundo os autores o bom desempenho da equipa pode melhorar o humor e a autoestima do adepto. Já o mau desempenho pode também ter impacto nestes dois aspetos, mas de forma negativa (Porsche & Maenning, 2008). Unanue et al. (2020) considera ainda que, quanto maior a identificação com a equipa, maior a mudança do bem-estar subjetivo após um evento desportivo considerado importante. Desta forma, os envolvimentos sociais à volta das identidades clubísticas mobilizam fortes investimentos emocionais (Marivoet, 2009).

Particularmente, no futebol, a afirmação de rivalidades e diferenças, assim como as supremacias, tornam-se importantes ingredientes que alimentam os sentimentos de pertença, movimentando-nos para o domínio coletivo (Marivoet, 2004). O futebol é um desporto em que os sentimentos identitários são reforçados, sendo também mobilizados estados emocionais intrínsecos a este processo social (Marivoet, 2004). Segundo a autora, identificar-se com uma equipa que representa uma região ou cidade, ser de uma cor associada a um clube e demonstrar laços fortes de fidelidade ao mesmo, aparenta ser, cada vez mais,

uma afirmação. Estas afirmações dão lugar a explosões emocionais e a uma exaltação crescente em torno do espetáculo que é o futebol (Marivoet, 2004).

Silva (2017) afirma ainda que a identidade individual do adepto é preditor do seu comportamento e que este inclui algumas atitudes que remetem para o consumo relativo à compra de bilhetes para os jogos e/ou produtos e, ainda, para o apoio que o adepto dá ao clube.

Quando um adepto se identifica fortemente com o seu clube, este irá influenciar as suas crenças e comportamentos, sendo responsável pelas suas principais angústias sociais em diversos momentos do seu quotidiano (Gibson et al., 2002). A forma como acontece a identificação do adepto com o clube e o conhecimento que este tem sobre o mesmo, faz com que estes adeptos amem o seu clube e o defendam em diversas situações sociais que possam surgir no seu dia-a-dia (Bacha et al., 2014).

A identidade de fã é um dos determinantes que explica este comportamento (Cabrita, 2015). Este conceito é entendido como “*extensão com que o sujeito vê a equipa como uma representação de si próprio, dedicando uma grande parte dos seus pensamentos, sentimentos e ações a uma equipa ou atleta favorito*” (Cabrita, 2015, p. 62).

A identidade de fã apoia-se num conjunto de significados culturais e pessoais, que têm origem nas experiências desportivas, e no sentimento de que o clube e os atletas são uma extensão da própria representação (Wann et al., 2001). O clube é, assim, uma componente central da identidade social do fã (Theodorakis et al., 2010).

É neste contexto que este estudo procura compreender a perceção que os adeptos de futebol possuem a propósito do impacto que a interdição de público nos estádios de futebol, teve no bem-estar subjetivo do adepto/fã.

#### ***1.3.2.1. Fatores Associados ao assistir a jogos de futebol nos estádios: preditores e consequências***

Quantas mais emoções positivas o adepto tiver pelo seu clube, a sua satisfação em apoiar o mesmo irá aumentar, assim como o seu envolvimento com o clube (Rodrigues et al., 2018). De acordo com Foroughi et al. (2016), a felicidade sentida durante um evento desportivo e a intenção dos adeptos de voltarem a assistir aos jogos futuros, está positivamente relacionada.

Pawlowski e Nalbantis (2015) esclarecem que o comparecimento dos adeptos ao estádio é maior quando a equipa está ainda a lutar pela conquista do campeonato (Shakina et al., 2020).

Foram vários os estudos realizados com o objetivo de perceber quais os motivos que movem os adeptos aos estádios de futebol. Um estudo de Chen (2010), analisou diferenças de género relativamente às motivações de homens e mulheres para se deslocarem a eventos desportivos. Verificou-se que as mulheres valorizam mais o altruísmo, a responsabilidade e suporte social, a socialização, a lealdade e igualdade através do desporto (Chen, 2010). Já os homens valorizam a afiliação a grupos, o divertimento e o interesse na competição (Chen, 2010).

Independentemente do motivo pelo qual o adepto torce pelo seu clube, este “*reserva um lugar especial*” para o desporto na sua vida, envolvendo-se em diversas atividades (Benazzi; Borges, 2009). Os adeptos que mostram necessitar de uma maior pertença ao grupo têm tendência a envolverem-se em mais eventos do clube (Alba et al., 2015), como assistir às partidas do clube em direto na televisão, ouvir os jogos através da rádio, ler as notícias desportivas nos jornais e em sites, adquirir merchandising de marcas desportivas, viajar para assistir às partidas no estrangeiro (Horne, 2006) ou outros eventos e ainda estar presente no estádio do clube em dias de jogos (Scharf; Pacheco, 2018). Todas estas atividades aumentam a ligação do adepto com o clube e, além disso, são momentos de integração social, nos quais o adepto pode conviver com outros adeptos, existindo, assim, a oportunidade para troca de comentários, opiniões e emoções (Theobald et al., 2020). Desta forma, os encontros sociais (Fagundes et al., 2013), representam o ambiente de apoio, onde existe uma maior liberdade do adepto se expressa, divertir e interagir, usufruindo do prazer de pertencer a um grupo (Garcia et al., 2015).

Além disso, diversos outros fatores têm sido estudados como sendo importantes para um adepto de futebol decidir deslocar-se ao estádio para ver um jogo do seu clube, sendo eles o desempenho da equipa num determinado jogo, assim como as características da sua própria equipa e da equipa adversária (Jones et al., 2012). Para além destes atributos, os resultados de jogos anteriores, a importância de um determinado jogo ou competição, assim como a fase da competição em que a equipa se encontra também podem ser considerados aspetos relevantes para determinar o facto de o adepto se deslocar ao estádio (Jones et al., 2012). No

entanto, aspetos como a hora do jogo, o clima e a tática do treinador também são identificados (Coates et al., 2017).

Por outro lado, e de acordo com Chen (2004), existem três formas de o espectador demonstrar o seu compromisso com o clube. A primeira é a cognitiva, onde o espectador adquire conhecimento sobre a modalidade e em específico sobre o seu próprio clube pelos meios de comunicação (Chen, 2004). A segunda forma relaciona-se com o afeto: corresponde às atitudes, sentimentos e emoções que um adepto tem com o seu clube e equipa que apoia (Mullin et al., 2004; Chaves et al., 2014). A terceira forma é a comportamental: o adepto demonstra o seu compromisso com o clube de forma tangível, estando presente nos jogos (Chen, 2004) e adquirindo merchandising, por exemplo (Mullin et al., 2004; Chaves et al., 2014). *“Em outras palavras, os espectadores creem que o clube é uma ponte e que eles são os pilares desta ponte. Tal ponte é considerada forte por eles, que se orgulham em sustentá-la”* (Chen, 2004, p. 10).

*“Uma vez por semana o adepto sai da sua casa e vai para a sua outra casa. Agita sua bandeira, faz chover serpentinas e papel picado. A cidade desaparece e a rotina é esquecida. Só o jogo importa. Por mais que ele possa acompanhar a partida pela televisão, ele prefere estar lá, onde pode ver em carne e osso os seus “anjos” a duelar contra os “demônios” da equipa rival. O adepto agita seu lenço, engole saliva, leva às mãos ao rosto, “come” o boné, canta e sussurra maldições. De repente a garganta se rompe em um grito e o adepto salta como se fosse uma pulga, a abraçar o desconhecido ao seu lado que também compartilha aquele momento. Com milhares de devotos juntos, ele ali divide as afirmações de que a sua equipa é a melhor, de que o árbitro está vendido e a de que os rivais são batoteiros”* (Galeano, 1995, p. 7).

### ***1.3.3. Bem-estar subjetivo dos adeptos de futebol***

Nos últimos anos, o interesse pelos grandes eventos desportivos ultrapassou os seus efeitos sociais e culturais assumindo, cumulativamente, extrema relevância no que diz respeito ao seu respetivo impacto no bem-estar subjetivo dos seus participantes (Diener, 1984; Pawlowski et al., 2014). Relembramos que o BES se refere à avaliação global que as pessoas fazem sobre as suas próprias vidas (Jebb et al., 2020) e é caracterizada, segundo a perspetiva de Diener (2000) por ter uma componente afetiva, que corresponde à experiência de afeto positivo e ausência de afeto negativo, e uma componente cognitiva que se prende, com a autoavaliação da sua vida como um todo. Conforme já referido no ponto 2 deste enquadramento teórico, também Keyes, (1995) nos alerta que o BES inclui como dimensões o bem-estar psicológico, social e emocional.

Conforme veremos de seguida o futebol e o BES que lhe está associado pode ser equacionado com base nas duas perspetivas aqui apresentadas.

Na verdade, os grandes eventos desportivos associados ao futebol são caracterizados por uma presença significativa de efervescência emocional entre todos os envolvidos (Collins, 2014). Por outro lado, e segundo Stieger et al. (2015) e Unanue et al. (2020), trata-se de uma experiência de elevado afeto positivo que também pode justificar o aumento dos níveis cognitivos de bem-estar dos envolvidos. São vários os autores que defendem que a experiência de afeto positivo pode gerar um efeito crescente na avaliação, julgamento cognitivo e tomada de decisão (Andrade & Ariely, 2009; Von Scheve & Ismer, 2013). Neste sentido, os estudos realizados por Páez et al., 2015 (cit. por Bravo, 2020), com uma amostra de rituais desportivos coletivos, constataram que estes acontecimentos coletivos reforçam o afeto positivo em vez de diminuir o afeto negativo. Os autores também encontraram um forte compartilhamento das emoções vivenciadas e uma percepção de sincronia emocional que aumenta o bem-estar psicológico dos participantes.

Para além do que referimos sobre o aumento da experiência de afeto positivo individual, os rituais coletivos têm sido estudados como eventos que favorecem o aparecimento de emoções coletivas entre os seus participantes (Sullivan, 2014a, 2018). As emoções coletivas podem ter repercussões relevantes ao nível coletivo (comportamento em grupo, crenças, etc.), mas também produzem um efeito de bottom-up em diferentes variáveis cognitivas individuais conforme demonstram os estudos de Von Scheve e Ismer (2013); Goldenberg et al. (2020). Também Myers (2000), defende que as pessoas e as experiências acontecem num determinado contexto social e que a psicologia positiva deve ter em linha de conta comunidades positivas onde as contribuições das relações sociais para a felicidade são um ingrediente essencial.

Durante a época futebolística, são milhares os adeptos que se deslocam pelo país seguindo a sua equipa para assistirem aos jogos ao vivo (Gouveia et al., 2019). Segundo os autores, conseguimos perceber que o futebol tem uma grande relevância para quem o segue, sendo evidente que não se trata apenas e só de um jogo de futebol ou uma competição desportiva.

A ligação e o apoio que o adepto estabelece com o clube abre portas à criação de fortes laços e facilita a expressão emocional (Silva, 2017). Este vínculo, segundo o mesmo autor, pode ser direcionado para muitos domínios da vida do adepto.

Os jogos de futebol são momentos de lazer para o espectador, que podem ser considerados uma necessidade universal, devido ao facto de poderem produzir uma excitação agradável e ainda conseguir “*destruir*” a rotina do indivíduo (Elias & Dunning, 1986, p. 323). O desporto em geral é considerado um escape onde a excitação pode ser intensa, quer para os praticantes, quer para quem assiste (Elias & Dunning, 1986). Atualmente, segundo Elias & Dunning (1986), vivemos numa sociedade em que existe um grande nível de restrição das nossas emoções e, por essa razão, a quebra da rotina é algo procurado. Desta forma, o desporto “*rompe*” esta rotina, proporcionando ao espectador um momento em que as suas emoções podem ser expressas em público (Elias & Dunning, 1986).

Os grandes eventos desportivos, devido à expressão de excitação emocional mutuamente compartilhada entre os indivíduos, atuam como rituais onde emerge uma “*efervescência coletiva*” (Durkheim, 1995). Segundo o autor, esta contribui para o desenvolvimento de uma “*consciência coletiva*” que reforça a solidariedade e os laços entre o grupo. No entanto, este fenómeno ainda não é totalmente compreendido no que diz respeito à forma como afeta o bem-estar subjetivo (Durkheim, 1995), sendo que a literatura negligencia esta articulação, existindo pouca investigação relativamente ao impacto do desporto no bem-estar subjetivo a este propósito (Pawlowski et al., 2014).

Durkheim denomina de “*contágio emocional*” a presença de emoções involuntárias ou transmitidas automaticamente entre os indivíduos que resultam da copresença física (Durkheim, 1995). No caso dos eventos desportivos, o contágio emocional depende da intensidade das emoções (Rimé et al., 2010).

Também Marivoet (2004) afirma que o espetáculo que é o futebol produz e reproduz estados emocionais. Assume-se como um contexto em que o prazer, a tristeza, o sentimento de pertença e a frustração têm um lugar facilitado (Silva, 2017). É visto, assim, como um espetáculo de produção de emoções (Marivoet, 2004).

Segundo Marivoet (2004, p.14), “*para se compreender a carga emocional projetada, vivida e forjada no futebol é preciso ir vê-lo ao vivo, estar lá, e uma vez estando, deparamo-nos com a impossibilidade de o ver com os nossos olhos, pois todo o nosso ser é arrebatado para o sentir, para nele participarmos. Este sentir apela-nos antes de mais à dimensão afetiva que nos é própria, e que regra geral ultrapassa a nossa inteligibilidade racional,*

*pois somos magnetizados para uma aventura cujas palavras serão sempre insuficientes para descrever as sensações vividas.”*

Diversos autores corroboram a ideia de que os grandes eventos desportivos podem ainda ter uma influência muito importante nas emoções dos indivíduos, podendo ser motivo de alegria, orgulho, frustração ou depressão (Kavetsos, 2012; Stieger et al., 2015). Desta forma, investigadores levantam a hipótese de os grandes eventos desportivos trazerem benefícios para a qualidade de vida, sistema de saúde e bem-estar subjetivo dos indivíduos (Pawłowski et al., 2014).

O nível de qualidade de entretenimento de um jogo de futebol pode ser um fator associado à felicidade ou satisfação dos adeptos (Naidenova et al., 2020).

A influência de um jogo de futebol no espectador, assim como quais as emoções e comportamentos do mesmo num determinado momento da partida tem sido alvo de muitos estudos que afirmam que o momento em que o golo surge é a ocasião de maior alegria para o espectador durante o jogo (Neto, 2009).

Segundo Lazarus (2000), ao longo dos 90 minutos do tempo regulamentar e ainda do período de descontos, o jogo proporciona aos espectadores momentos de alegria, raiva/irritação, ansiedade, culpa, alívio, vergonha, esperança e orgulho.

Shakina et al. (2020) sintetiza estes estudos com a célebre frase por ela autografada em que diz que o futebol é uma indústria movida por emoções. Para esta autora, os adeptos que acompanham de perto os seus clubes experimentam muitas emoções, principalmente nos dias em que o clube joga. A frustração que um adepto sente quando o clube perde um campeonato é muito diferente da emoção que sente após uma grande vitória do seu clube num jogo difícil ou quando é contratado um craque para fazer parte do plantel (Shakina et al., 2020). Desta forma, as emoções moldam o comportamento dos adeptos, influenciando, assim, o seu engajamento, a sua participação e o comparecimento aos jogos do clube (Shakina et al., 2020).

Também Hu & Tang (2010), identificaram um aumento das emoções experienciadas pelos participantes durante o visionamento de jogos, como o amor, a alegria, a expectativa, tranquilidade, a raiva, o ódio, a angústia e ainda o alívio (Zunino, 2006). Os adeptos torcerem em conjunto pelo seu clube representa um momento de entrega dos mesmos à equipa e gera

diversas emoções (Rodrigues et al., 2017) que podem ser intercaladas entre sentimentos de prazer e de dor (Hollanda, 2009).

Vallerand et al. (2008) identifica que a paixão harmoniosa sentida pelos adeptos relativamente ao seu clube está associada a experiências positivas, como satisfação com a vida e a sua identidade enquanto adepto do clube (Shakina et al., 2020). Identifica também que a paixão obsessiva de alguns adeptos de futebol relativamente ao seu clube pode conduzir a comportamentos desadaptativos por parte dos mesmos (Shakina et al., 2020).

Ultimamente as emoções já tem uma importância estabelecida e verifica-se que muitos investigadores se dedicam a esta temática com o intuito de compreender os processos ligados às emoções coletivas bem como aos seus respetivos resultados (Rhee, 2007).

De acordo com Pawlowski et al. (2014), o sucesso desportivo pode ter um impacto significativo na saúde e no bem-estar subjetivo. Grandes eventos desportivos podem influenciar as emoções dos indivíduos e, por isso, podem também influenciar o bem-estar subjetivo como um todo (Stieger et al., 2015). Estes eventos têm sido associados a relatos de satisfação com a vida e maiores emoções positivas após os eventos (Unane et al., 2020), devido ao facto de a participação nestes aumentarem a identificação, o que explica o aumento do bem-estar subjetivo (Porsche e Maennig, 2008).

#### **1.4. Convite à leitura do trabalho e objetivos do estudo**

No último ponto deste enquadramento teórico pretendemos convidar e guiar o leitor para a pertinência e inovação do nosso estudo, apresentando os objetivos do mesmo. De facto, existem até ao momento inúmeros estudos que se tem debruçado sobre os efeitos desta pandemia em diferentes dimensões da nossa vida em sociedade (e.g., Santomauro et al., 2021).

As restrições sociais, os bloqueios, o encerramento de escolas e de empresas, a perda de meios de subsistência, a diminuição da atividade económica, de forma generalizada bem como as mudanças nas prioridades governamentais, na tentativa de controlar os surtos de Covid-19 têm o potencial de afetar substancialmente a saúde mental da população. (Santomauro et al., 2021).

A pertinência e originalidade do nosso estudo enraíza-se cumulativamente no facto de termos identificado, na pesquisa teórica de revisão bibliográfica sobre o nosso tema, uma limitação que se prende com a existência de poucos estudos focados na importância do futebol no bem-estar subjetivo do indivíduo enquanto adepto singular. Apesar de o futebol ser um fenómeno social que possibilita a investigação sobre as relações sociais e as identidades, tem, ainda assim, sido pouco estudado, não tendo até agora recebido a atenção que merece no que diz respeito às suas implicações para o bem-estar dos indivíduos (Coelho, 2004). Apesar de algumas pesquisas terem sido feitas em torno destes efeitos nos adeptos enquanto “alma coletiva” (Sullivan, 2014a, 2018), são poucos os estudos que se debruçam sobre a importância de ir ao estádio de futebol para o bem-estar subjetivo dos adeptos de futebol (Fredrickson, 2004). Por outro lado, evidencia-se a oportunidade para a nossa investigação, na medida em que se passou algo, aparentemente improvável, que seria a existência de jogos de futebol à porta fechada, com interdição de público, no âmbito de uma pandemia enquadrada na esfera da urgência de controlar, manter e preservar a saúde pública.

Estudos realizados anteriormente (Páez et al., 2015 cit. por Bravo et al., 2020), evidenciaram que os eventos desportivos coletivos reforçam o afeto positivo e favorecem a partilha das emoções vividas e uma perceção de contágio emocional, que contribuem para o bem-estar psicológico. A pandemia de Covid-19 veio provocar uma disrupção nas competições desportivas do futebol profissional, tanto a nível nacional como a nível europeu e mundial (Leitão et al., 2020). Considerando que a oportunidade de assistir a um jogo de futebol, num estádio, poderá promover emoções nos adeptos, que podem contribuir para o seu bem-estar subjetivo, torna-se relevante compreender em que medida a interdição de público nos estádios de futebol, devido à pandemia, poderá ter tido consequências ao nível do bem-estar subjetivo dos adeptos.

Assim, o principal objetivo do presente estudo foi o de compreender como é que os adeptos de futebol, em Portugal, percecionaram a interdição de público nos estádios, devido à pandemia de Covid-19, no seu bem-estar subjetivo. Tendo em consideração a contextualização teórica que neste capítulo apresentamos é provável que os adeptos de futebol, sobretudo aqueles para quem a afeição com o clube seja maior, poderão ter sido particularmente afetados no seu bem-estar.

Numa tentativa de operacionalização deste objetivo geral, o mesmo foi subdividido em três objetivos específicos:

- 1). Caracterizar os participantes, enquanto adeptos de futebol, relativamente aos seus hábitos/rotinas e aos diferentes graus de “*afeição ao clube*”.
- 2). Identificar quais as variáveis que se associam (ou não) ao grau de “*afeição ao clube*”.
- 3). Caracterizar o tipo de impacto no BES, percecionado pelo adepto de futebol.

## Capítulo 2. Metodologia

### 2.1. Participantes

Este estudo teve como critérios de inclusão ser adepto de futebol de algum clube português (profissional ou amador), ter uma idade igual ou superior a 18 anos e responder ao questionário na sua totalidade. Participaram inicialmente 473 indivíduos, 3 dos quais não deram o seu consentimento para a participação no estudo, 8 não tinham clube de futebol, outros 8 não identificaram a sua idade e 23 responderam que tinham uma idade inferior a 18 anos, pelo que foram excluídos da amostra.

Assim, a amostra final compôs-se de 431 indivíduos (ver Quadro 1.). As idades dos participantes estavam compreendidas entre os 18 anos e os 74 anos de idade ( $M=28,43$ ;  $DP=10,87$ ), sendo a maioria do género masculino (71%). A maioria dos participantes tinha como distrito de residência Lisboa (53,4%), seguindo-se o distrito de Setúbal (12,5%), Porto e Braga (7,7%), entre outros. Relativamente à situação profissional, 224 adeptos (52%) encontravam-se empregados, 31,6% eram estudantes, 9,5% trabalhadores-estudantes, 6% desempregados e, por fim, apenas 0,9% indicaram estar reformados.

Tendo em conta o clube de futebol, a maioria indicou ser adepto do Sport Lisboa e Benfica (77,3%), Sporting Clube de Portugal (10,4%) e Futebol Clube do Porto (7,2%).

**Quadro 1.** Caracterização sociodemográfica da amostra

Características	N	%
<b>Género</b>		
Feminino	125	29
Masculino	306	71
<b>Idade</b>		
18-24	231	53,6
25-34	104	24,1
35-44	47	10,9
45-54	35	8,1
55-64	10	2,3
65-74	4	0,9

<b>Distrito</b>		
Aveiro	14	3,2
Braga	33	7,7
Lisboa	230	53,4
Porto	33	7,7
Setúbal	54	12,5
Viseu	10	2,3
Outros	57	13,2
<b>Situação Profissional</b>		
Estudante	136	31,6
Trabalhador-Estudante	41	9,5
Desempregado	26	6
Empregado	224	52
Reformado	4	0,9
<b>Clube de Futebol</b>		
Sport Lisboa e Benfica	333	77,3
Sporting Clube de Portugal	45	10,4
Futebol Clube do Porto	31	7,2
Outros	22	5,1

## 2.2. Instrumentos

Devido ao facto de as escalas existentes não terem uma menção específica para um contexto de pandemia, um conjunto de questões *ad-hoc* foram desenvolvidas com o objetivo de caracterizar os adeptos e a relação entre a Covid-19 e o futebol tendo como premissa a necessária adaptação de escalas validadas já existentes.

### 2.2.1. Positive and Negative Affect Scale (PANAS)

A escala PANAS foi desenvolvida originalmente por Watson, Clark e Tellegen (1988), com a finalidade de medir duas dimensões do conceito de bem-estar subjetivo, que procuram descrever a experiência afetivas dos sujeitos: o Afeto Positivo e o Afeto Negativo (Galinha, Pereira, & Esteves, 2014). Segundo os autores, o afeto positivo elevado demonstra a presença de prazer e de bem-estar subjetivo, que inclui emoções como a determinação, o entusiasmo e a inspiração. O afeto negativo elevado demonstra a presença de desprazer e de mal-estar subjetivo, que inclui emoções como o nervosismo, o medo e a perturbação.

A escala PANAS encontra-se validada para diferentes culturas e línguas no mundo, demonstrando boas qualidades psicométricas, relativamente à validade de construto, validade discriminante e convergente (Galinha et al., 2014). A adaptação e validação do

instrumento para a população portuguesa foi realizada por Galinha e Ribeiro (2005) e respeitou as especificidades da nossa língua. A escala validada para a população portuguesa inclui na sua versão final 20 itens no total, sendo 10 relativos ao afeto positivo (e.g., “ativo”) e os restantes 10 relativos ao afeto negativo (e.g., “nervoso”).

No presente estudo foram também utilizados 20 itens. Esta escala sofreu ao longo do tempo uma evolução, ditada pela substituição de conceitos sinónimos uns dos outros. Com o intuito de melhorarmos e adequarmos ao contexto da nossa investigação os 20 itens finais da escala que utilizaríamos, de forma adaptada, procedemos à retirada de alguns itens cujo significado não teria aplicabilidade ao contexto em estudo (interdição de público nos estádios por motivo de pandemia covid-19) e fizemos a substituição por outros que tivessem mais aplicabilidade ao contexto desta investigação, tendo em consideração esta relação de sinonímia. Assim, e a título de exemplo, foi substituído o item “rejeitado” pelo de “solitário”, assim como foi substituído o item “orgulhoso” por “confiante” seguindo a tradução da lista de categorias de emoções proposta por Zevone Tellegen (1982). Neste contexto, foram substituídos dois terços dos itens quando comparados com a escala versão Galinha e Ribeiro (2005).

Tendo em conta os objetivos do presente estudo, a instrução inicial foi também adaptada, no sentido de solicitar aos participantes que lessem cada item e assinalassem como se tinham sentido ultimamente, enquanto adeptos do seu clube, desde que não podiam assistir aos jogos do seu clube em estádios de futebol, utilizando uma Escala tipo-*Likert* de 1 (“nada”) a 5 (“extremamente”). O alpha de cronbach revelou uma consistência interna muito boa a nível do afeto positivo ( $\alpha = .88$ ) e do afeto negativo ( $\alpha = .93$ ).

### ***2.2.2. Mental Health Continuum Short Form (MHC-SF)***

A escala Mental Health Continuum - Short Form (MHC-SF) é uma versão reduzida de uma escala de bem-estar subjetivo, desenvolvida por Keyes (2002) e adaptada à população portuguesa por Matos (2010). Trata-se de um instrumento de autorresposta, em que se questiona a quantidade de vezes, durante o último mês, em que o indivíduo se sentiu de certa forma. As respostas são cotadas de 0 a 5, sendo *nunca* (0); *uma ou duas vezes* (1); *cerca de uma ou duas vezes por semana* (2); *cerca de duas ou três vezes por semana* (3); *quase todos os dias* (4); *todos os dias* (5) (Matos et al., 2010).

A escala MHC-SF possui 14 itens, dos quais três se referem ao bem-estar emocional (e.g., *Felicidade e Satisfação com a vida*), cinco dizem respeito ao bem-estar social (e.g., *Contribuição social, Integração na sociedade*) e seis itens correspondem ao bem-estar psicológico (e.g., *Autoaceitação, Propósito na vida*). Este instrumento encontra-se validado para a população portuguesa, apresentando boas qualidades psicométricas (Matos et al., 2010).

No presente estudo foi utilizada uma adaptação da Escala MHC-SF ao contexto de pandemia. Assim, da escala original de 14 itens, foram selecionados os três de cada componente (formando um total de 9 itens) que mais se adequavam ao contexto pandémico, garantindo assim a aplicabilidade da escala, na sua totalidade aos propósitos da nossa investigação. Foi pedido aos participantes para lerem cada item, tendo em conta o último ano em que a pandemia Covid-19 ditou a interdição de público nos estádios de futebol, avaliando a frequência da forma como se sentiram, enquanto adeptos do seu clube, tendo em conta as afirmações que se seguiam. As respostas eram assinaladas através de uma Escala tipo-Likert de 1 (“Nunca”) a 5 (“Sempre”).

Para avaliar o bem-estar emocional foram usados os itens: “*Sinto-me feliz*”; “*A minha vida tem direção ou significado*”; “*Sinto-me satisfeito*”; para avaliar o bem-estar social foram utilizados os itens: “*A forma como a nossa sociedade funciona faz-me sentido*”; “*Tenho alguma coisa importante para contribuir para a sociedade*”; “*Pertenço a uma comunidade*”; finalmente, para avaliar o bem-estar psicológico foram utilizados os itens: “*Tenho tido experiências que me permitem crescer e tornar-me uma pessoa melhor*”; “*Tenho relações amigáveis e de confiança com outras pessoas*”; “*Sinto-me confiante para pensar e exprimir as minhas próprias ideias e opiniões*”. O alpha de cronbach revelou uma consistência interna muito boa a nível do bem-estar emocional ( $\alpha = .83$ ) e do bem-estar psicológico ( $\alpha = .83$ ). Relativamente ao bem-estar social, a consistência interna foi fraca ( $\alpha = .63$ ).

### ***2.2.3. Impacto percebido da pandemia no bem-estar subjetivo***

A questão “*A pandemia Covid-19 e a conseqüente interdição de público nos estádios de futebol, teve impacto no meu bem-estar*”, respondida através de uma escala de 1 “*Discordo plenamente*” a 5 “*Concordo plenamente*”, e duas questões abertas, de natureza qualitativa, desenvolvidas *ad hoc* para este estudo (i.e., “De que forma a interdição de público nos

estádios de futebol afetou o seu clube?” e “De que forma a interdição de público nos estádios de futebol o afetou enquanto adepto”), pretenderam avaliar se os participantes consideraram que a interdição de público nos estádios de futebol afetou o seu bem-estar e de que forma o seu clube e os seus adeptos foram afetados.

#### **2.2.4. Caracterização dos Adeptos**

Um total de nove questões, adaptadas a partir de Alba (2021) em Vaz (2018) e em Pentieiros (2021), foram utilizadas para caracterizar os adeptos, nomeadamente em relação a: 1) Serem (ou não) sócios (i.e., “*Atualmente sou sócio do meu clube*”), respondida com ‘sim’ ou ‘não’; 2) Motivos para serem adeptos, em que a frase “*Sou adepto do meu clube porque...*”) era seguida de seis opções pré-definidas (e.g. “*me identifico com os valores do clube*”; “*me identifico com a cor do clube*”) e uma opção de resposta aberta “*Outra. Qual?*”, sendo que os participantes podiam selecionar mais do que uma opção; 3) Razões que levam a sentirem-se melhores adeptos, em que a frase “*Sinto-me melhor adepto quando...*” era seguida de sete opções pré-definidas (e.g., “*assisto aos jogos de futebol no estádio do meu clube*”; “*assisto aos jogos do meu clube fora de casa*”) e uma opção de resposta aberta “*Outra. Qual?*”, sendo que os participantes podiam selecionar mais do que uma opção; 4) Participação ativa no clube, em que a questão “*Quais os momentos da vida do seu clube em que (antes da pandemia) participava ativamente?*” era seguida de seis opções de resposta fechada (e.g. “*jogos de futebol e/ou modalidades*”, “*treinos abertos*”; “*eleições*”) e de uma opção de resposta de natureza aberta “*Outra. Qual?*”, sendo que os participantes podiam selecionar mais do que uma opção; 5) Acompanhamento dos jogos de futebol no período pré-pandemia, em que a questão “*Antes da interdição dos estádios, de que forma acompanhava os jogos de futebol do seu clube?*” era seguida por cinco opções fechadas (e.g., “*deslocações ao estádio*”; “*televisão*”), e uma opção de resposta aberta “*Outra. Qual?*”, sendo que os participantes podiam selecionar mais do que uma opção; 6) Frequência de assistência a jogos (em casa/fora de casa), em que a questão “*Antes da pandemia, qual a periodicidade com que assistia, presencialmente, a jogos do seu clube?*”, aplicada aos jogos do clube “*em casa*” ou “*fora de casa*” era seguida por uma escala que ia desde “*ia a todos os jogos*” a “*não ia a jogos*”; 7) Atitudes no estádio, enquanto adepto, em que a questão “*Que atitudes o caracterizam quando assiste, no estádio, a um jogo de futebol do seu clube?*” era seguida de seis opções fechadas. (e.g., “*manifesto-me contra os jogadores / treinador da minha equipa*”).

*quando as coisas não estão a correr bem*”; *“canto para incentivar a equipa”*); 8) Convívio social associado aos jogos de futebol, em que a questão *“Como adepto, participava em momentos de convívio nos dias em que o seu clube jogava”*, em relação aos momentos antes, durante e após o jogo podia ser respondida através de era seguida de três opções de resposta (i.e., *“sempre”*; *“às vezes”* ou *“nunca”*); 9) Companhia durante os jogos de futebol, em que a questão *“Com quem costumavam assistir aos jogos do seu clube no estádio?”* era seguida de sete opções (e.g., *“amigos”*; *“família”*) e uma opção de resposta de natureza aberta *“Outra. Qual?”*, sendo que os participantes podiam selecionar mais do que uma opção.

### **2.2.5. Afeição ao clube**

Para avaliar a afeição ao clube foram desenvolvidos 12 itens, *ad hoc*, adaptados a partir de Alba (2021) em Vaz (2018) e em Pentieiros (2021) relativos a atitudes, emoções e comportamentos relacionados com o clube. Estes itens procuraram avaliar, numa escala tipo-Likert de 1 *“Discordo plenamente”* a 5 *“Concordo plenamente”*, o grau de afeição dos adeptos ao seu clube (e.g., *“Faço do meu clube a minha vida”*; *“Sou capaz de alterar rotinas académicas / profissionais para estar presente na vida do meu clube”*).

### **2.2.6. Dados Sociodemográficos**

Para a caracterização sociodemográfica da amostra foram incluídas questões sobre género, idade, distrito/região de residência, situação profissional e clube de futebol.

## **2.3. Procedimentos**

### **2.3.1. Recolha de Dados**

Os dados para a realização do presente estudo foram obtidos através de uma amostra não probabilística, recolhida por conveniência e bola de neve, através de um questionário online (ver Anexo 1), disponibilizado através da Plataforma *Google Forms*. O questionário foi divulgado através de diversas redes sociais (i.e., *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *WhatsApp*), e esteve disponível para preenchimento entre os dias 12 de abril e 19 de maio de 2021, tendo sido possível obter 431 respostas válidas.

Antes da divulgação, foi realizado um pré-teste do questionário, a um conjunto de 12 participantes. Este pré-teste permitiu clarificar algumas das questões, melhorar o encadeamento entre as secções e subsecções do questionário, testar o funcionamento do preenchimento do mesmo online e aperfeiçoar algumas questões de forma a não suscitarem equívocos na interpretação.

Um dos aspetos que nos pareceu muito importante foi tentar construir um único instrumento para recolha dos nossos dados com todas as secções nele incluídas, tendo em atenção o facto de não o tornar muito extenso, não causar fadiga nem desinteresse.

Todos os procedimentos de recolha e análises dos dados desenvolvidos foram alicerçados no respeito pelos aspetos éticos no âmbito da nossa investigação científica. Foi assegurado a todos os participantes a confidencialidade dos dados, sendo que o nome dos mesmos não foi solicitado. Antes de iniciarem a participação no estudo, os participantes eram encaminhados para uma página onde constava o consentimento informado. Este incluía informação relativa aos objetivos do estudo, à duração estimada, ao direito de interromper a participação em qualquer momento e por qualquer razão, sem qualquer prejuízo, sendo também facultado o contacto da equipa de investigação para caso existissem dúvidas relativas ao preenchimento. Se os participantes aceitassem participar no estudo, eram direcionados para a primeira secção do questionário. Caso contrário, eram direcionados para o fim do questionário, onde encontravam uma mensagem de agradecimento.

### ***2.3.2. Análise de dados***

O tratamento e a análise estatística dos dados foram realizados com recurso ao *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS), versão 28. A caracterização da amostra, bem como a caracterização dos adeptos foi feita através de análises descritivas e de frequências dos dados recolhidos.

Relativamente às questões que pretendiam avaliar o grau de afeição ao clube, foi possível verificar, através de uma análise fatorial exploratória, que as mesmas saturavam em apenas uma componente, e também que apresentavam uma elevada consistência interna (alpha de Cronbach = .94). Como tal, criámos uma variável compósita que denominámos como “*afeição ao clube*”.

De forma a melhor caracterizar os adeptos em função do grau de afeição ao clube, para além das análises descritivas e de frequências, fomos verificar a existência de diferenças em relação ao género, da região de residência e do clube de futebol a que pertencem através de uma análise de variância (ANOVA).

A fim de avaliar o impacto percebido da pandemia no bem-estar dos adeptos, realizou-se primeiramente uma análise descrita e de frequências à questão “*A pandemia covid-19 e a consequente interdição e público nos estádios de futebol teve impacto no meu bem-estar*”. Avaliámos posteriormente a associação entre as variáveis: afeição ao clube, o género; a idade; se concorda ou não com a interdição de público nos estádios de futebol; frequência em assistir aos jogos de futebol, do seu clube, nos estádios, antes da interdição; se a pandemia e a interdição tiveram impacto no seu bem-estar; afeto positivo; afeto negativo; bem-estar emocional; bem-estar social e bem-estar psicológico.

De forma a aferir se um conjunto de variáveis, tais como o género, a idade, a afeição ao clube, o hábito de ver jogos nos estádios, bem como o grau de concordância com a interdição de público nos estádios, eram fatores significativos dos níveis de bem-estar manifestados pelos adeptos durante o período em que havia ainda a interdição de público nos estádios, foram estimados seis modelos de regressão linear, para cada um dos indicadores de bem-estar em análise (i.e., percepção de impacto da pandemia no bem-estar, afeto positivo, afeto negativo, bem-estar emocional, bem-estar social, bem-estar psicológico).

Previamente à realização das análises de regressão linear, as variáveis categóricas foram codificadas em variáveis *dummy*. Os modelos testados foram já com estas variáveis. Incluímos como variáveis independentes (VI) a afeição, o género, a idade, as deslocações ao estádio e a concordância com a interdição de público nos estádios. Como variáveis dependentes (VD) foram incluídas a questão “*A pandemia Covid-19 e a consequente interdição e público nos estádios de futebol teve impacto no meu bem-estar*”, assim como a variável de afeto positivo, de afeto negativo, bem-estar emocional, bem-estar social e bem-estar psicológico.

Já as questões de natureza aberta “*De que forma a interdição de público nos estádios de futebol afetou o seu clube*” e “*De que forma a interdição de público nos estádios de futebol o afetou enquanto adepto*” foram analisadas segundo uma metodologia qualitativa, através da técnica de análise de conteúdo (Bardin, 1997), através das seguintes etapas: Pré-análise, Análise e Interpretação e Inferências.

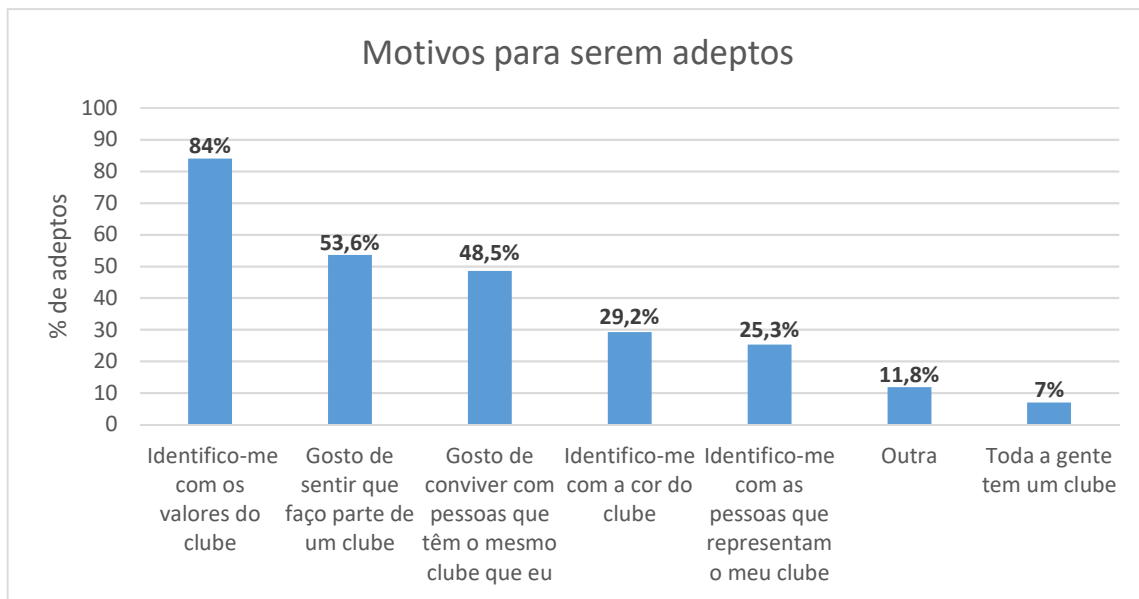
A fase de pré-análise tem como objetivo estabelecer o primeiro contacto com os dados (Bardin, 1997). Assim, efetuámos uma leitura geral das  $n=431$  respostas com vista a construir um mapa para desenhar uma matriz de categorias de análise. Implicou uma leitura atenta, uma tentativa de corte e recorte, com identificação de possíveis unidades de análise e a idealização de uma possível grelha de categorias, para encaixe de cada uma delas (Bardin, 1997). Depois desta fase inicial de pré-análise, segue-se a fase de análise propriamente dita. Mais morosa, mais minuciosa, é uma fase que passa por diferentes etapas que exigem uma releitura dos dados, a identificação, seleção, recorte, codificação e organização / classificação das unidades de análise e construção da matriz, imaginada na fase anterior, onde se organizam em metacategorias, categorias e subcategorias (aqui entendidas como unidades de contexto), todas as unidades de análise pertinentes para o âmbito da nossa investigação e onde façam sentido quando “encaixadas” ou arrumadas (Bardin, 1997). Seguimos Bardin (1997) quando refere que critérios como a exaustividade, a pertinência, a precisão, o rigor, o serem mutuamente exclusivas e o recurso a acordo interjuízes tornam-se regras fundamentais para diminuir a intersubjetividade associada a processos de índole qualitativa.

Este processo contou assim com a intervenção do acordo interjuízes que, no cenário deste estudo, contou com a participação de três elementos por conveniência, com formação académica superior, adeptos de três clubes diferentes, com a percentagem de 100% de texto analisado em conjunto, com uma percentagem de 75% de concordância). Esta etapa deu-se como concluída com a contagem das unidades de análise em termos de frequência de ocorrência. Por fim, o processo de análise de conteúdo culminou com a etapa de interpretação dos resultados, construção de considerações analíticas sobre os mesmos e estabelecimento de possíveis inferências associadas.

## Capítulo 3. Resultados

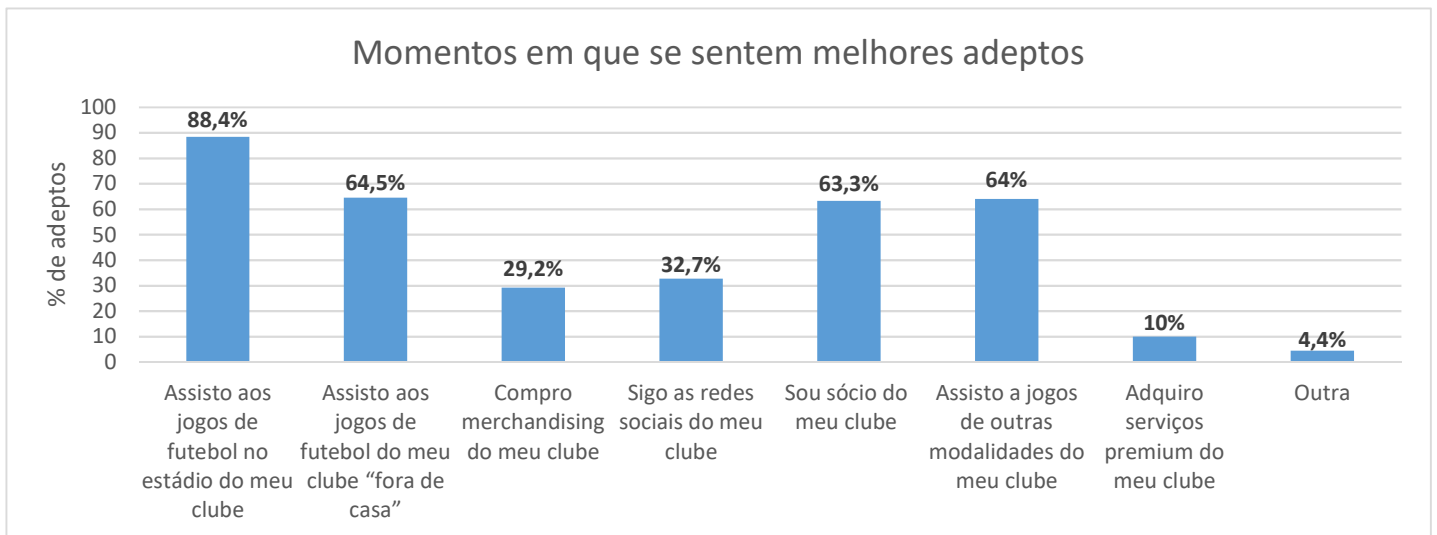
### 3.1. Eixo 1: Caracterização dos adeptos e o seu grau de “afeição ao clube”

Dos 431 inquiridos, 73,8% indicaram ser sócios do clube ao qual pertencem; apenas 26,2% não o são. Relativamente aos principais motivos que os participantes consideravam para se sentirem /serem adeptos do seu clube, a maioria indicou a identificação com os valores do clube ( $n=362$ ; 84,0%), seguido de “gosto de sentir que faço parte de um clube” ( $n=231$ ; 53,6%). O motivo que menos participantes assinalaram foi o de “toda a gente tem um clube” ( $n=30$ ; 7,0%). Outros 51 participantes (11,1%) responderam “outros”, tendo referido motivos como “Identifico-me com a história do clube”; “é tradição familiar”; “é o representante máximo da minha cidade”.



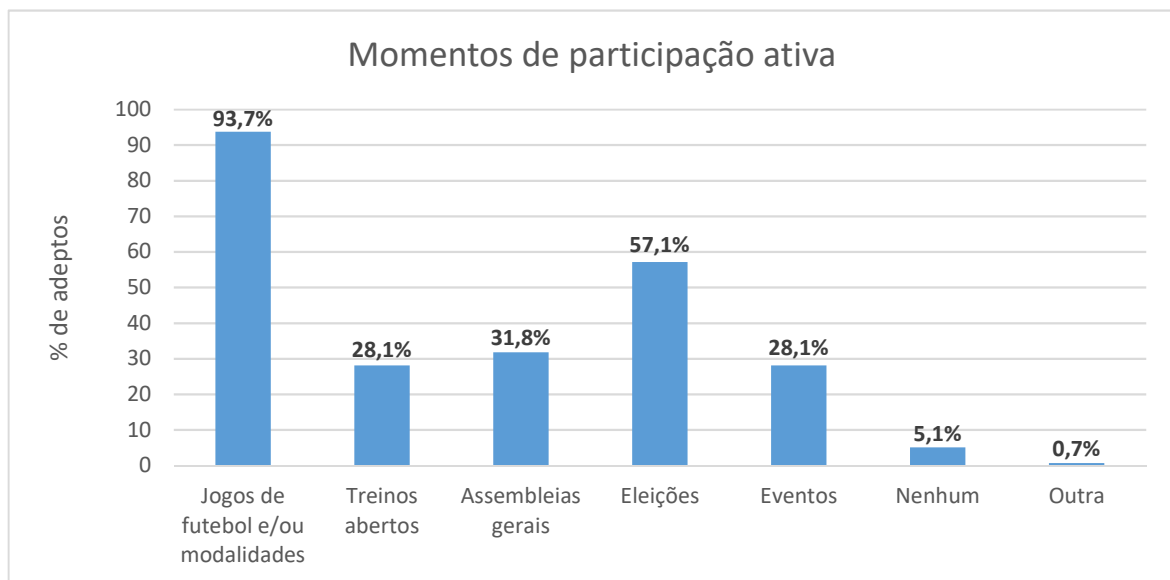
**Figura 1.** Motivos para serem adeptos

A maioria dos participantes referiu que se sente melhor adepto *quando assiste aos jogos de futebol no estádio do seu clube* ( $n=381$ ; 88,4%). Já *adquirir serviços premium do clube* foi a opção menos assinalada ( $n=43$ ; 10,0%). Além disso, 19 participantes (4,4%) assinalaram outros aspetos como, por exemplo, “*mesmo a perder os jogos apoio a minha equipa*”; “*estudo a história do meu clube*”; “*aprendo com outros adeptos*”.



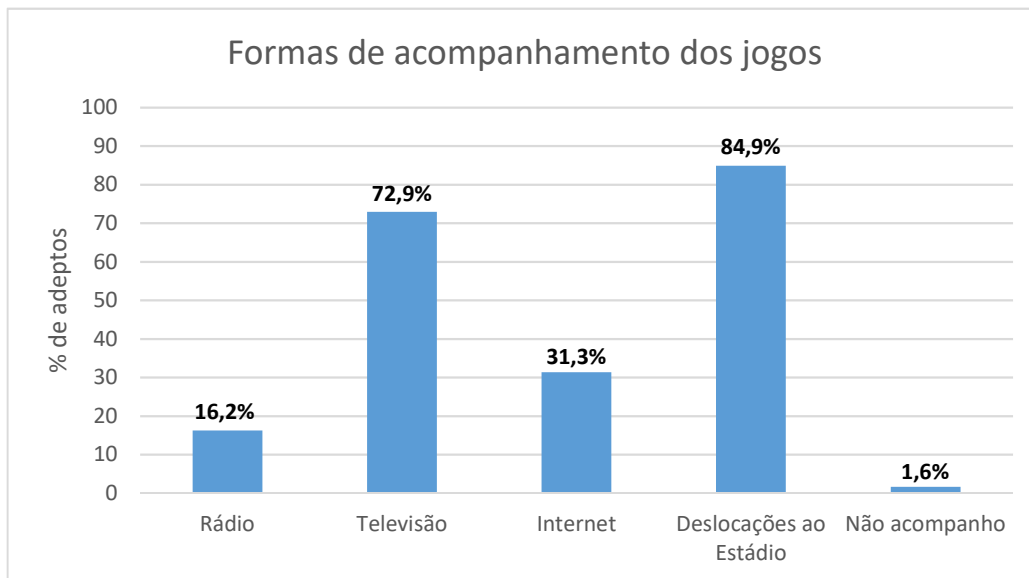
**Figura 2.** Momentos em que se sentem melhores adeptos

A maioria dos participantes referiu que, relativamente aos momentos da vida do clube em que participavam mais ativamente, este foi “*assisto aos jogos de futebol e/ou modalidades*” ( $n=404$ ; 93,7%). Já a opção “*nenhum*” ( $n=22$ ; 5,1%) foi a menos assinalada. Além disso, três participantes (0,7%) assinalaram outros aspetos como, por exemplo “*visitava o museu, o estádio e fazia compras na loja online e física do clube*”.



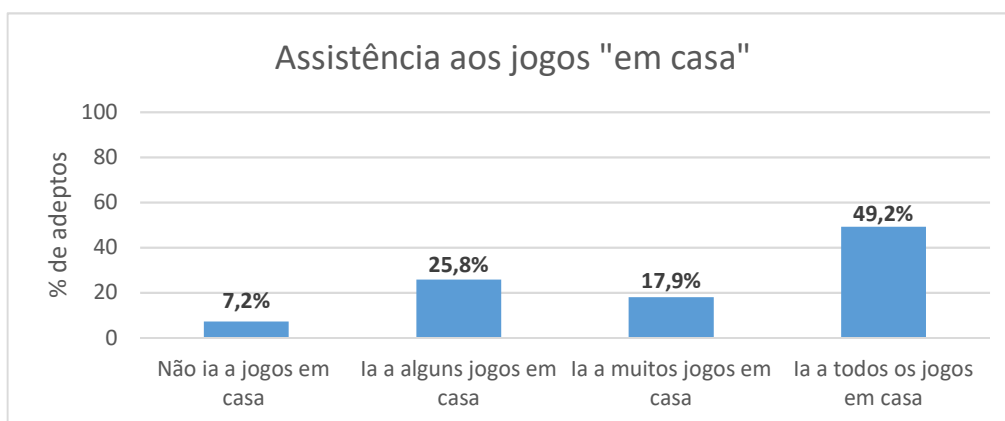
**Figura 3.** Momentos de participação ativa

A maioria dos participantes referiu que “Antes da interdição de público nos estádios de futebol, acompanhavam os jogos de futebol do seu clube” através de “deslocações ao estádio” ( $n=366$ ; 84,9%). Já o “não acompanho” foi a opção menos assinalada ( $n=7$ ; 1,6%).



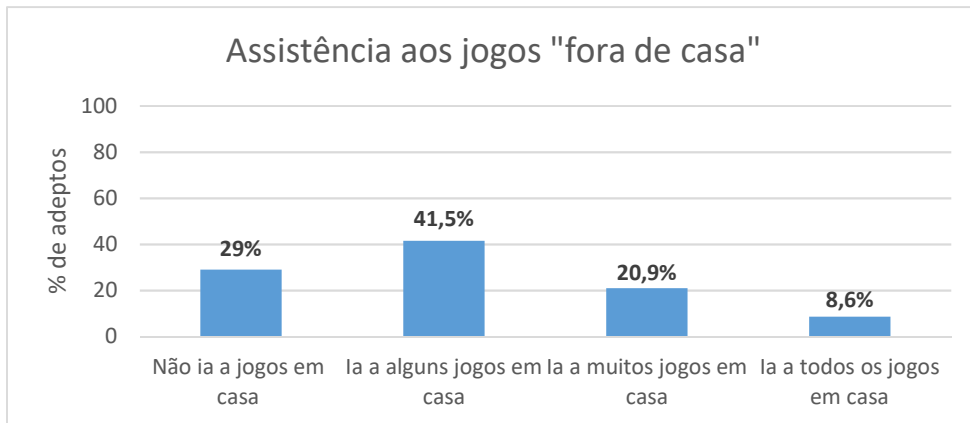
**Figura 4.** Formas de acompanhamento dos jogos

Antes da pandemia, a maioria dos participantes referiu que se deslocava ao estádio do seu clube, para assistir a jogos em casa ( $n= 400$ ; 92,9%) sendo que estes resultados se dividem entre os participantes que “iam a todos os jogos” ( $n=212$ ; 49,2%), “iam a alguns jogos” ( $n=111$ ; 25,8%) ou “iam a muitos jogos” ( $n=77$ ; 17,9%). Note-se que apenas  $n=31$  (7,2%) participantes “não ia a jogos em casa” antes da pandemia.



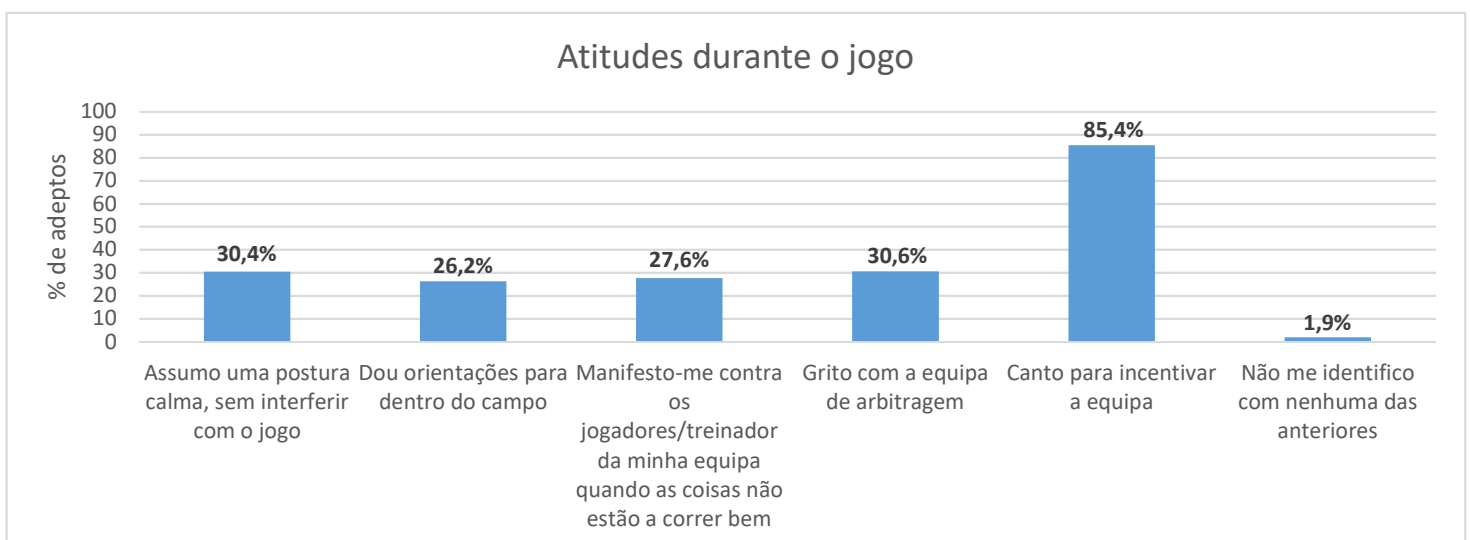
**Figura 5.** Assistência aos Jogos “em casa”

Relativamente à questão “Antes da pandemia, qual a periodicidade com que assistia, presencialmente, a jogos do seu clube b) fora de casa?”, verificamos que a maioria dos participantes (n=306; 71,0%) referiu que se deslocavam a estádios de equipas adversárias para assistirem aos jogos do seu clube. Estes resultados dividem-se da seguinte forma: “iam a alguns jogos” (n=179; 41,5%); “iam a muitos jogos” (n=90; 20,90%) “iam a todos os jogos” (n=37; 8,6%). Note-se que n=125; (29%0) dos participantes “não ia a jogos fora de casa” antes da pandemia.



**Figura 6.** Assistência aos Jogos “fora de casa”

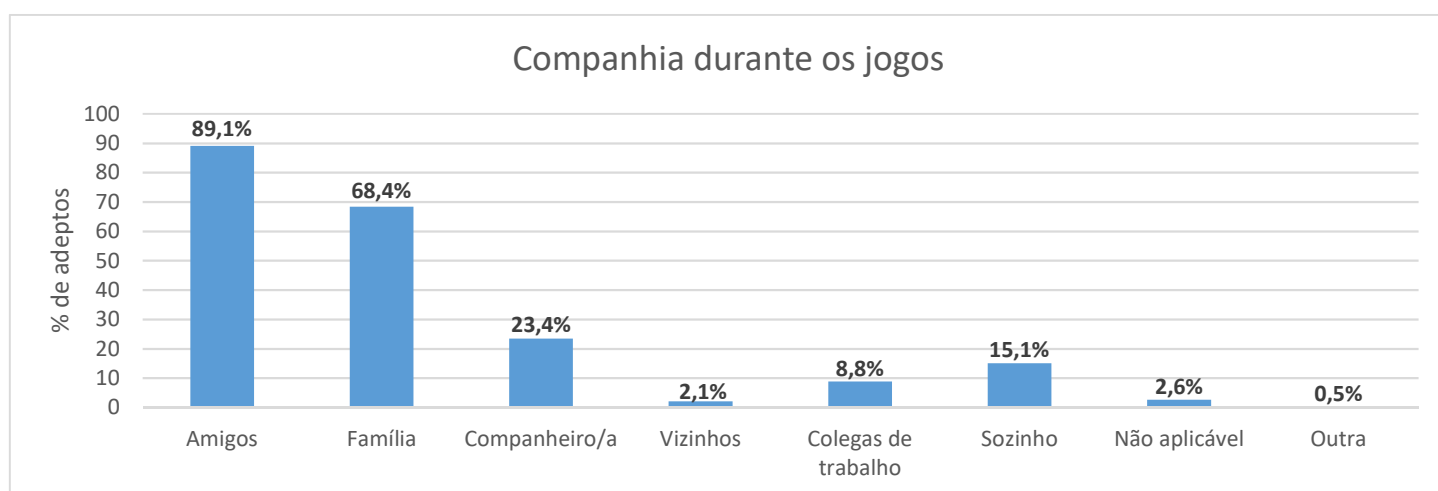
A maioria dos participantes referiu que as atitudes que o caracterizam enquanto adepto, quando assiste, no estádio, a um jogo de futebol do seu clube é “canto para incentivar a equipa” (n=368; 85,4%). Já a opção “não me identifico com nenhuma anteriores” (n=8; 1,90%) foi a menos assinalada.



**Figura 7.** Atitudes durante o jogo

Relativamente à questão “*Como adepto, participava em momentos de convívio nos dias em que o clube jogava*” a maioria dos participantes, ( $n=384$ ; 89,1%) faziam-no “*antes dos jogos*” - “*sempre*” ( $n=218$ ; 50,6%) ou “*às vezes*” ( $n=166$ ; 38,5%); Grande parte ( $n=352$ ; 81,6%) conviviam também “*durante os jogos*” - “*sempre*” ( $n=207$ ; 48,0%) ou “*às vezes*” ( $n=145$ ; 33,6%); e, por fim,  $n=352$  (81,6%) conviviam “*depois dos jogos*” - “*sempre*”  $n=135$ ; 31,3%) ou “*às vezes*”  $n=217$ ; 50,3%). No que diz respeito aos resultados que se prendem com o “*não participarem em momentos de convívio*”,  $n=47$  (10,1%) não o faziam “*antes do jogo*”, e idênticos valores  $n= 79$  (18,3%) foram obtidos para as respostas, quer no que se prende com o “*durante o jogo*”, quer com o “*depois do jogo*”.

A maioria dos participantes “*costumava assistir aos jogos do seu clube no estádio*” com “*amigos*” ( $n =384$ ; 89,1%), ou “*família*” ( $n=295$ ; 68,4%). A opção menos escolhida foi “*vizinhos*” ( $n=8$ ; 2,1%). Além disso, dois participantes (0,5%) assinalaram outro aspeto como, por exemplo “*vizinhos de lugar cativo*”.



**Figura 8.** Companhia durante os jogos

Relativamente às doze questões que pretendiam avaliar o grau de afeição dos adeptos ao seu clube.

A variável compósita “*afeição ao clube*” registou uma média de 3,57, com um desvio-padrão de 1,06 e uma assimetria de -.772. Os valores médios e desvio-padrão de cada item individual são apresentados no Quadro 2.

**Quadro 2.** Valores médios e desvio-padrão de cada item

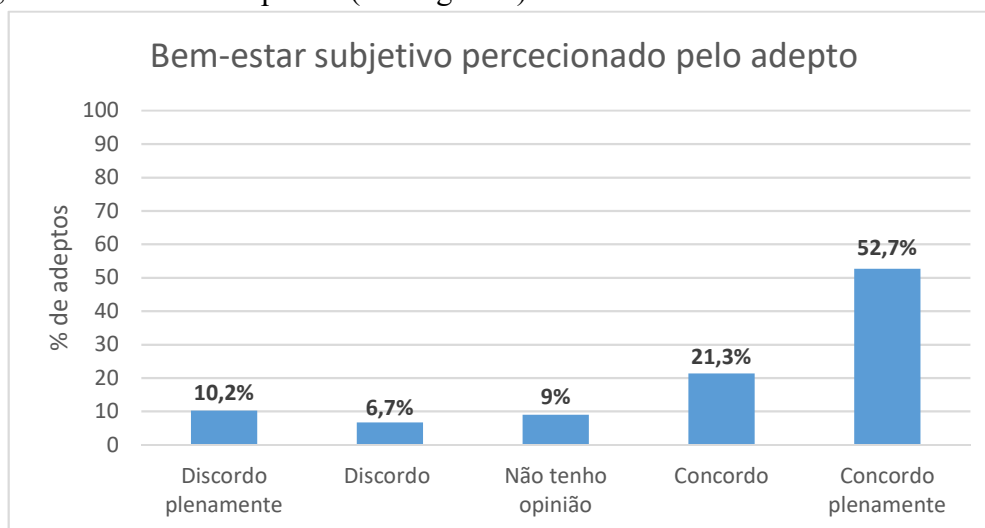
<b>Características</b>	<b>M</b>	<b>DP</b>
<i>“Os resultados desportivos do meu clube influenciam o meu estado de espírito”</i>	4,18	1,09
<i>“Faço do meu clube a minha vida”</i>	3,53	1,33
<i>“Dedico uma grande parte dos meus sentimentos, pensamentos e ações ao meu clube”</i>	3,68	1,25
<i>“O meu clube faz-me gerar amizades significativas”</i>	4,01	1,18
<i>“Ser adepto é uma componente central na minha identidade social”</i>	3,81	1,26
<i>“Ser adepto é um “escape” para os meus problemas”</i>	3,43	1,52
<i>“Vejo o meu clube como a minha religião”</i>	3,59	1,53
<i>“Sou capaz de fazer uma tatuagem permanente relacionada com o meu clube”</i>	3,25	1,70
<i>“Sou capaz de poupar para conseguir gastar na minha vida enquanto adepto”</i>	3,58	1,48
<i>“Sou capaz de alterar rotinas académicas/profissionais para estar presente na vida do meu clube”</i>	3,86	1,41
<i>“Sou capaz de tomar decisões pessoais/familiares baseadas no calendário desportivo do meu clube”</i>	3,71	1,45
<i>“Sou capaz de prejudicar uma amizade por causa do meu clube”</i>	2,22	1,36

Já a análise de variância (ANOVA) permitiu aferir que não existem diferenças de género ( $M_{\text{masculino}} = 3,60$ ;  $DP = 0,98$ ;  $M_{\text{feminino}} = 3,51$ ;  $DP = 1,23$ ,  $F = ,57$ ,  $p=0,45$ ), nem relativas ao distrito de residência ( $F = 1,80$ ,  $p=0,10$ ) no que diz respeito ao grau de afeição ao clube. No entanto, verificou-se um efeito significativo do clube de futebol ( $F = 5,03$   $p=0,002$ ) na

variável afeição ao clube. A média é mais elevada em termos de afeição ao clube quando este se relaciona com o clube Sport Lisboa e Benfica, independentemente da região de residência e do género do adepto. A média encontra-se menos elevada nos participantes que pertencem ao Sporting Clube de Portugal.

### 3.2. Eixo 2: Impacto percebido da interdição de público nos estádios no bem-estar subjetivo

De uma forma geral, os inquiridos afirmam concordar ( $n=92$ ; 21,3%) ou concordar plenamente ( $n=227$ ; 52,7%) com a interdição de público nos estádios de futebol ter tido impacto no seu bem-estar. Apenas 16,9% discordam ou discordam plenamente, sendo que 9,0% referiu não ter opinião (ver Figura 9).

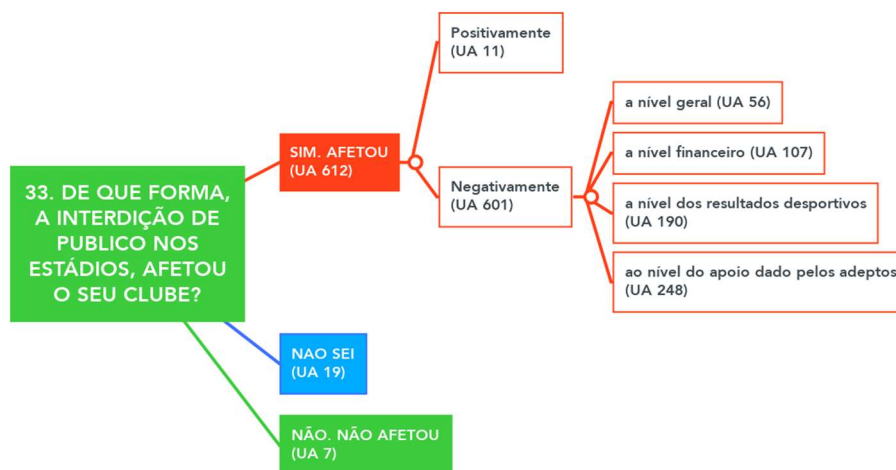


**Figura 9.** Bem-estar subjetivo percecionado pelo adepto

Já a questão “*De que forma a interdição de público nos estádios de futebol afetou o seu clube*” pretendia perceber, através de um formato de resposta aberta, de que forma o participante tinha percecionado o quanto a interdição de público nos estádios teria afetado o seu clube, durante a pandemia Covid-19.

A partir das respostas dadas pelos participantes, foi identificado um total de 638 unidades de análise, as quais foram organizadas em três metacategorias principais – “*sim afetou*” ( $n = 612$ ; 95,92%); “*não afetou*” ( $n=7$ ) e “*não sei*” ( $n= 19$  unidades de análise) (Figura 10). De

facto, a maioria dos participantes considerou que a interdição de público nos estádios afetou o seu clube.



**Figura 10.** Árvore de Categorias – Clube: Impacto da interdição de público nos estádios

O apêndice B apresenta a matriz de análise de conteúdo construída para categorizar todas estas unidades de análise.

Através da sua leitura destaca-se que a maioria das unidades de análise ( $n = 612$ ) enquadra-se no facto de o clube ter sido afetado.

Esta situação foi encarada de, na maioria, como tendo afetado de forma negativa (601 unidades de análise), sendo que apenas para uma minoria foi encarada de forma positiva (11 unidades de análise: e.g. “Ajudou a acalmar as críticas à atual direção”; “ao nível dos resultados que foram mais positivos”).

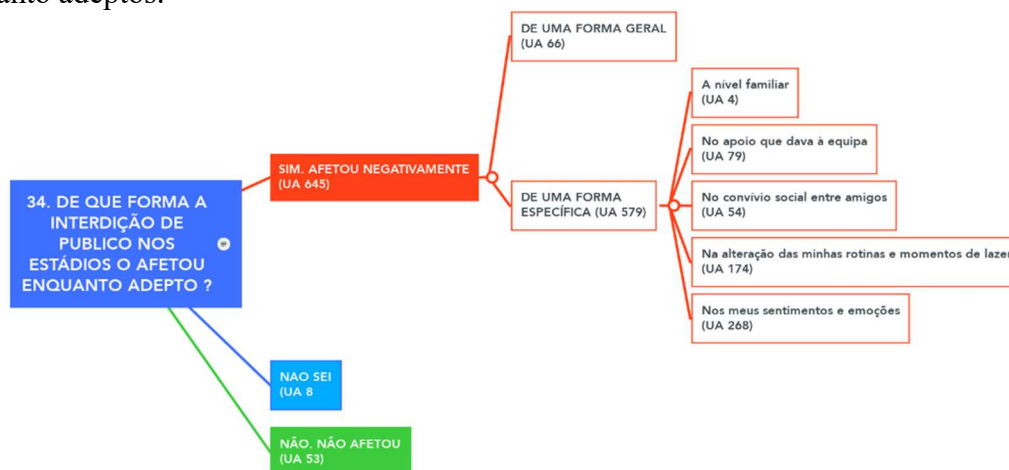
Assim, e tendo em consideração as 601 unidades de análise (94,20%) que se enquadraram no fato da interdição de público, nos estádios, ter afetado o seu clube de forma negativa, podemos ainda subcategorizar as mesmas, da seguinte maneira: a nível geral (56 unidades de análise: e.g. “Afetou a todos os níveis!”); a nível financeiro (107 unidades de análise: e.g. “Diminuição de receitas!”; a nível dos resultados desportivos (190 unidades de análise: e.g. “foi uma má época desportiva.”); apoio dos adeptos (248 unidades de análise; e.g. “Estavam habituados a uma presença humana que dá um apoio muito forte!”, “Faltou o 12º jogador.”)

O Quadro 3. que apresentamos de seguida ilustra, a título exemplificativo, alguns exemplos de indicadores de unidade de registo categorizados em cada uma das unidades de contexto identificadas e que foram retiradas do Apêndice B.

**Quadro 3.** Exemplos de unidades de análise por unidades de contexto “*De que forma a interdição de público nos estádios de futebol afetou o seu clube?*”.

Área temática	Metacategoria	Categoria	Subcategoria	Indicadores de Unidade de Análise
AFETAÇÃO	SIM	POSITIVAMENTE	GERAL	"Ajudou a direção, caso contrário já tínhamos tido uma revolução"
			RESULTADOS DESPORTIVOS	"A nível de resultados foi positivo"
			GERAL	"Todos de igual e de proporcional forma"
			FINANCEIRO	"mais do que o meu clube, os clubes mais fracos, financeiramente irão ter muitos problemas "essencialmente nas receitas geradas" "afetou muito porque as receitas dos jogos é que iam ajudando o clube cujas finanças não são as melhores"
			RESULTADOS DESPORTIVOS / EMPENHO / RENDIMENTO	"derrotas, más exibições, falta de motivação dos jogadores dentro de campo" "perdeu o campeonato" "Desportivamente, um dos piores momentos da história durante o último ano"
		NEGATIVAMENTE	APOIO DOS ADEPTOS	"deixou de existir o fator casa" "a força que nós, adeptos, damos sempre durante todo o jogo, tende s ser uma força extra (emocional) para os motivar ainda mais e não os deixar desistir do jogo (principalmente em jogos onde estamos a perder) "a nível de apoio, principalmente. Como atleta que fui, não tem nada a ver um jogo com adeptos ou sem adeptos (...) sem adeptos não dá tanta "pica")
			NÃO SEI / NEUTRO	"não tenho noção"
			NÃO	"não"

A questão aberta “De que forma a interdição de público nos estádios de futebol o afetou enquanto adepto?” pretendia perceber de que modo a interdição de público nos estádios teria afetado o participante, enquanto adepto de futebol. A partir das respostas dadas pelos participantes, foi identificado um total de 706 unidades de análise, as quais foram organizadas em três categorias principais – “afetou negativamente” (n = 645; 91,36%); “não afetou” (n= 53) e “não sei” (n= 8 unidades de análise) (Figura 11). De facto, a maioria dos participantes considerou que a interdição de público nos estádios os afetou negativamente, enquanto adeptos.



**Figura 11.** Árvore de Categorias – Adeptos: Impacto da interdição de público nos estádios

O apêndice C apresenta a matriz de análise de conteúdo construída para categorizar todas estas unidades de análise. Através da sua leitura, podemos destacar que alguns dos participantes não especificaram de forma concreta em que é que ficaram negativamente afetados. Outras 66 unidades de análise foram codificadas na categoria “de uma forma geral”. No entanto, a maioria (i.e., 579 unidades de análise) conseguiu especificar as dimensões em que se consideraram afetados: sentimentos e emoções (n= 268; e.g. “Saúde mental. Quando ia ao estádio era como se os problemas naquelas duas horas desaparecessem, era uma alegria, mesmo quando o meu clube não conseguia um bom resultado); alteração das minhas rotinas e momentos de lazer (n =174; e.g. “Alterou por completamente o meu estilo de vida. O planeamento do meu tempo livre era feito em grande parte em prole da ida aos estádios e, com esta interdição, tudo isso mudou.”), apoio que dava à equipa (n= 79; e.g. “Deixa-me a sentir que não consigo fazer parte do “12º jogador” que qualquer equipa deve ter!”; no convívio social, entre amigos (n= 54; e.g. “sinto falta

das idas aos jogos com os amigos, de todos os momentos de convívio, das longas viagens”); a nível familiar (n= 4; e.g. “Não levo o meu filho ao futebol”).

O Quadro 4 que apresentamos de seguida ilustra, a título exemplificativo, alguns exemplos de indicadores de unidade de registo categorizados em cada uma das unidades de contexto identificadas e que foram retiradas do Apêndice C.

**Quadro 4.** Exemplos de unidades de análise por unidades de contexto “De que forma a interdição de público nos estádios de futebol o afetou enquanto adepto?”.

Meta categoria	Categoria	Sub Categoria	Indicador de Unidade de Análise	
Sim. Afetou negativamente	De forma Geral		<i>“da pior forma”</i>	
			<i>“...pessoalmente pouco porque como moro longe só consigo ir a dois jogos por época...”</i>	
		A nível familiar	<i>“...teve impacto no meu ambiente familiar...”</i> <i>“...não levo o meu filho ao futebol...”</i>	
		No apoio que dava à equipa	<i>“...não tinha forma de mostrar o meu apoio e o meu amor ao clube...”</i> <i>“...deixa-me a sentir que não consigo fazer parte do “12º jogador” que qualquer equipa deve ter...”</i>	
			<i>“interdição de apoio”</i> <i>“...sinto que o jogo se tornou numa realidade em que não posso dar o meu contributo, mesmo que seja apenas a cantar e a incentivar a equipa...”</i>	
		No convívio social entre amigos	<i>“...ausência de convívio com amigos de fora da minha zona de residência”</i> <i>“sinto falta das idas aos jogos com os amigos, de todos os momentos de convívio, das longas viagens.”</i>	
		De forma Específica	Na alteração das minhas rotinas e momentos de lazer	<i>“...ver os jogos todos na TV não é a mesma coisa. Qualquer adepto gosta da sensação de entrar num estádio. É algo incomparável.”</i> <i>“Alterou por completamente o meu estilo de vida. O planeamento do meu tempo livre era feito em grande parte em prole da ida aos estádios e, com esta interdição, tudo isso mudou.”</i>
	Nos meus sentimentos e emoções		<i>“uma das minhas motivações semanais era chegar o fim de semana para ir ao estádio (...) não fazer isso deixou-me (...) abalado. Sinto muita falta de ir ao estádio especialmente estando a passar uma das piores fases da minha vida e o futebol é o que me vai animando semana após semana.”</i> <i>“saúde mental. Quando ia ao estádio era como se os problemas naquelas duas horas desaparecessem, era uma alegria, mesmo quando o meu clube não conseguia um bom resultado.”</i> <i>“entre em depressão, coisa que nunca tinha acontecido antes”</i> <i>“tirou-me uma parte da minha identidade”</i>	
	Não sei.			<i>“Não tenho noção”</i>
	Não. Não Afetou			<i>“Sei que estamos em casa e restritos de ir ver para a segurança dos outros. Nada muda. Quando estiver tudo bem voltamos”</i>
			<i>“não me afetou pois não tinha disponibilidade para assistir aos jogos presencialmente antes da interdição”</i>	

### *3.2.1. Fatores associados ao bem-estar subjetivo dos adeptos*

Relativamente aos nossos resultados, exploramos ainda, neste estudo, os fatores que poderiam estar associados a maiores / menores níveis de bem-estar. Verificamos que, nem todas as correlações testadas foram estatisticamente significativas, sendo que o tamanho dos efeitos encontrados varia entre pequeno ( $0,1 < r < 0,3$ ), médio ( $0,3 < r < 0,5$ ) e grande ( $r \geq 0,5$ ).

Através do Quadro 5 de correlações verificamos que não foi encontrada uma relação entre o afeto positivo e a afeição ao clube, ao género, a frequência em assistir aos jogos nos estádios e ainda uma relação com a variável se a pandemia e a interdição de público nos estádios de futebol poderem ou não ter tido impacto no bem-estar dos adeptos, como poderia ser esperado.

O afeto negativo correlaciona-se de forma estatisticamente significativa com as variáveis afeição ao clube ( $r=,60; p < 0,001$ ), idade ( $r=-,28; p < 0,001$ ), com a concordância da interdição ( $r=-,19; p < 0,001$ ), com a variável frequência em assistir aos jogos nos estádios ( $r=,31; p < 0,001$ ), com a variável associada ao facto de a pandemia e a interdição de público nos estádios de futebol poderem ou não ter tido impacto no bem-estar do indivíduo ( $r=,61; p < 0,001$ ). Assim, quanto maior a idade e a concordância com a interdição de público nos estádios de futebol, menor o afeto negativo. Quanto maior a afeição ao clube, a frequência em assistir aos jogos nos estádios e a percepção de que a pandemia e a interdição de público nos estádios de futebol tiveram impacto no seu bem-estar, maior o afeto negativo.

Relativamente ao bem-estar emocional, este correlaciona-se de forma estatisticamente significativa com as variáveis afeição ao clube ( $r=-,21; p < 0,001$ , efeito pequeno, assumindo uma relação negativa) e se a pandemia e a interdição tiveram impacto no bem-estar do adepto ( $r=-,28; p < 0,001$ , efeito pequeno, assumindo uma relação negativa). Tendo em conta estes resultados, quanto maior a afeição ao clube e o facto de a pandemia e a interdição de público nos estádios de futebol terem tido impacto no bem-estar dos adeptos, menor o bem-estar emocional.

Relativamente às variáveis bem-estar social e bem-estar psicológico, não se correlacionam de forma estatisticamente significativa com nenhuma das variáveis anteriores, como a afeição, o género, a idade, a concordância com a interdição, a frequência em assistir aos

jogos nos estádios e ainda se a pandemia e a interdição de público nos estádios de futebol tiveram impacto no bem-estar. Desta forma, apenas se correlacionam com outras variáveis de bem-estar.

**Quadro 5.** Correlações entre as diferentes variáveis (bem-estar dos adeptos vs natureza sociodemográfica).

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Afeição										
Género	-,036									
Idade	-,365**	-,042								
Concordância com a interdição	-,260**	,029	,147**							
Deslocações ao estádio	,423**	-,074	-,150**	-,067						
Impacto no bem-estar	,742**	-,059	-,233**	-,205**	,457**					
Afeto positivo	,030	-,121*	-,145**	-,043	,010	-,053				
Afeto negativo	,599**	,052	-,284**	-,185**	,307**	,605**	,054			
Bem-estar emocional	-,212**	-,107*	-,019	,036	-,120*	-,279**	,319**	-,385**		
Bem-estar social	-,034	-,052	-,023	-,004	-,025	-,042	,160**	-,145**	,506**	
Bem-estar psicológico	,024	-,100*	-,106*	-,117*	,005	-,043	,332**	-,107*	,568**	,562**

Relativamente ao primeiro modelo de regressão linear testado, que pretendia aferir os preditores da perceção do impacto da pandemia sobre o bem-estar dos adeptos, apenas o grau de afeição ao clube ( $\beta = .668, p = .001$ ) e a frequência com que assistiam aos jogos no estádio ( $\beta = .164, p = .001$ ) revelaram ser preditores significativos desta perceção. Ou seja, quanto maior o grau de afeição ao clube, e quanto maior era a frequência com que assistiam aos jogos no estádio antes da pandemia, maior o impacto percebido da interdição de público nos estádios de futebol no bem-estar dos adeptos. As restantes variáveis incluídas no modelo não revelaram ser preditores significativos (Quadro 6).

**Quadro 6.** Regressão linear para as variáveis do impacto da pandemia e da consequente interdição de público nos estádios de futebol no bem-estar dos adeptos.

Variáveis	<i>B</i>	$\beta$	<i>p</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>	<i>R</i> <sup>2</sup> <i>ajustado</i>	<i>F</i> <i>(gl)</i>
Afeição	.841	.668	.001			
Género	-.045	-.015	.647			
Idade	.005	.043	.237			
Deslocações ao estádio	.602	.164	.001			
Concordância com a interdição	-.069	-.026	.453			
				.554	.548	98.229

Quanto ao afeto positivo, apenas a idade ( $\beta = -.173$ ,  $p = .001$ ) revelou ser um preditor significativo, no sentido em que adeptos mais velhos indicaram níveis inferiores de afeto positivo. As restantes variáveis incluídas no modelo não revelaram ser fatores significativos do afeto positivo (Quadro 7).

**Quadro 7.** Regressão Linear para os Fatores do Afeto Positivo.

Variáveis	<i>B</i>	$\beta$	<i>P</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>	<i>R</i> <sup>2</sup> <i>ajustado</i>	<i>F</i> <i>(gl)</i>
Afeição	-.029	-.043	.466			
Género	-.220	-.141	.004			
Idade	-.011	-.173	.001			
Deslocações ao estádio	.014	.007	.896			
Concordância com a interdição	-.034	-.024	.642			
				.045	.033	3.754

Já em relação ao afeto negativo, apenas a afeição ao clube ( $\beta = .530$ ,  $p = .001$ ) revelou ser um preditor significativo. Ou seja, quanto maior a afeição do adepto ao clube, maior o afeto

negativo. As restantes variáveis incluídas no modelo não revelaram ser preditores significativos do afeto negativo (Quadro 8).

**Quadro 8.** Regressão Linear para os Fatores do Afeto Negativo.

Variáveis	<i>B</i>	$\beta$	<i>p</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>	<i>R</i> <sup>2</sup> <i>ajustado</i>	<i>F</i> <i>(gl)</i>
Afeição	.478	.530	.001			
Género	.147	.071	.079			
Idade	-.006	-.071	.099			
Deslocações ao estádio	.176	.067	.131			
Concordância com a interdição	-.065	-.035	.406			
				.364	.356	45.288

Revelou-se, novamente, apenas um fator significativo do bem-estar emocional, a afeição ao clube ( $\beta = -.247$ ,  $p = .001$ ). Ou seja, quanto maior a afeição do adepto ao clube, menor o bem-estar emocional. As restantes variáveis incluídas no modelo não revelaram ser fatores significativos do bem-estar emocional (Quadro 9).

**Quadro 9.** Regressão Linear para os Fatores do Bem-Estar Emocional.

Variáveis	<i>B</i>	$\beta$	<i>P</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>	<i>R</i> <sup>2</sup> <i>ajustado</i>	<i>F</i> <i>(gl)</i>
Afeição	-.207	-.247	.001			
Género	-.218	-.113	.021			
Idade	-.009	-.118	.024			
Deslocações ao estádio	-.112	-.046	.388			
Concordância com a interdição	-.018	-.010	.839			
				.073	.061	6.195

Das variáveis incluídas nos dois últimos modelos testados, nenhuma revelou ser um preditor significativo do bem-estar social (Quadro 10), nem do bem-estar psicológico (Quadro 11).

**Quadro 10.** Regressão Linear para os Fatores do Bem-Estar Social.

Variáveis	<i>B</i>	$\beta$	<i>p</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>	<i>R</i> <sup>2</sup> <i>ajustado</i>	<i>F</i> <i>(gl)</i>
Afeição	-.037	-.048	.420			
Género	-.074	-.042	.403			
Idade	-.002	-.024	.662			
Deslocações ao estádio	-.062	-.028	.610			
Concordância com a interdição	-.021	-.013	.798			
				.005	-.007	.410

**Quadro 11.** Regressão Linear para os Fatores do Bem-Estar Psicológico.

Variáveis	<i>B</i>	$\beta$	<i>P</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>	<i>R</i> <sup>2</sup> <i>ajustado</i>	<i>F</i> <i>(gl)</i>
Afeição	-.043	-.051	.385			
Género	-.181	-.094	.059			
Idade	-.008	-.103	.053			
Deslocações ao estádio	-.016	-.006	.905			
Concordância com a interdição	-.197	-.113	.029			
				.031	.019	2.525

## Capítulo 4. Discussão

O grande propósito deste estudo - compreender se os adeptos de futebol, em Portugal, tiveram a percepção de que a interdição de público nos estádios, devido à pandemia de COVID-19, afetou o seu bem-estar subjetivo - foi alcançado através do cumprimento dos três objetivos específicos anteriormente apresentados. Serão eles o nosso guia para apresentar a discussão interpretativa sobre os nossos resultados (Erickson, 1986).

Desta forma, e em primeiro lugar procurámos caracterizar os nossos participantes, enquanto adeptos de futebol, relativamente aos seus hábitos/rotinas e aos diferentes graus de “*afeição ao clube*”. Com a análise dos nossos resultados constatamos que cerca de três quartos dos nossos participantes são sócios do seu clube de futebol. Uma das primeiras questões colocadas no nosso estudo prendia-se com os motivos para pertencer ao clube. Os principais fatores identificados, como a “*identificação com os valores do clube*”; “*história do clube*” ou “*influência da proximidade geográfica*” ou ainda “*tradição familiar*” ilustraram alguns dos principais motivos que têm sido descritos na literatura. De facto, Mullin, Hardy e Sutton (2004), bem como Alba (2021), explicam que existem diversos fatores que levam um indivíduo a escolher um determinado clube. Segundo os autores, estes fatores podem ser de natureza ambiental onde se incluem a influência que as pessoas significativas da sua vida, como a família, os amigos, as normas sociais e culturais podem ter neste processo. Um outro fator, defendido por Mullin, Hardy e Sutton (2004) e que pode influenciar a escolha de um clube é a localização geográfica do indivíduo, já que os adeptos terão mais tendência a optar por clubes da sua região de residência. Todas estas variáveis, segundo Silva (2017), evidenciam uma ligação profunda entre o adepto e o seu clube, de tal forma que uma parte importante da identidade individual do adepto passa exatamente pela sua identificação com o clube e com os seus valores fundamentais.

Santos (2016) defende, de uma forma muito generalista, que o futebol está associado a um sentido de pertença e identificação grupal por parte dos adeptos e que se manifesta numa declaração cultural (estilo de vida) materializando-se, muitas vezes, na afirmação social. Segundo o mesmo autor, os adeptos assumem distinguir-se dos restantes, pelas cores que vestem, pelas tradições e histórias dos clubes com os quais se identificam, etc.

A maioria dos participantes afirmou também que se sentem melhores adeptos quando assistem a jogos de futebol do seu clube, no próprio estádio ou no estádio de adversários. A este propósito relembramos que Chen (2004) salienta que a relação do adepto com o clube sofre uma evolução desde a componente cognitiva, à componente de atitude, terminando na componente comportamental. Nesta última, a maior tendência para assistir “*ao vivo*” aos jogos é um dos fortes impactos positivos resultantes deste compromisso (Santos, 2016). Na mesma linha de pensamento estão Pentieiros (2021), Cabrita (2015) e Theobald (2020), quando dizem que um dos principais fatores que demonstram a lealdade de um adepto ao seu clube é a frequência de assistência aos jogos nos estádios dos mesmos e que, quando não o podem fazer, os indivíduos reservam um lugar especial para o desporto na sua vida. Por isso, desenvolvem uma série de atividades, como assistir às transmissões dos jogos na televisão ao vivo, ouvir os relatos na rádio, ler as páginas dos jornais desportivos e dos sites especializados, comprar *merchandising* do clube e ainda viajar para marcar presença em eventos (Horne, 2006).

Segundo Santos (2016), Cabrita (2015) e Theobald (2020), complementarmente, se um adepto de futebol se sente como um membro da comunidade do seu clube, envolver-se-á numa infinidade de experiências, como a partilha de informações sobre o mesmo, a sua história e as suas tradições e rituais. Os mesmos autores sublinham ainda que este conhecimento sobre os rituais e tradições do clube por parte dos adeptos pode afetar os seus níveis de participação na comunidade do clube e, por conseguinte, aumentar a sua colaboração e integração na própria comunidade. Curioso notar que, Theobald (2020), corrobora uma das respostas dos participantes do nosso estudo, quando afirma que, quando os adeptos possuem uma relação bem definida com um clube vão apoiá-lo, independentemente das vitórias e derrotas.

Estes resultados vão na mesma linha no que diz respeito ao tipo de participação, que aponta para formatos que privilegiam a participação ativa, tais como assistir presencialmente aos jogos de futebol do clube, realizada como forma de se sentirem ativos na vida do clube. As deslocações ao estádio, feitas pela quase totalidade dos nossos participantes, foram seguidas pelo acompanhar os jogos pela televisão. Tal vai ao encontro do que os autores enunciam como sendo formas de os adeptos acompanharem os jogos do clube (Alba et al., 2015). Por outro lado, quando cruzamos a informação sobre a periodicidade com que, antes da pandemia, os nossos participantes assistiam, presencialmente, aos jogos de futebol do seu

clube, verificamos que a esmagadora maioria o fazia no próprio estádio, enquanto cerca de dois terços o faziam “*fora de casa*”.

Embora os nossos resultados, relativamente ao convívio social associado às dinâmicas presenciais de assistir a jogos de futebol nos estádios (nas quais incluímos os momentos, pré, durante e após o jogo), não apresentem valores percentuais muito diferenciados entre si, podemos nós concluir que, em qualquer momento do “*dia de jogo*”, o convívio entre os adeptos é algo que, numa fase pré-pandemia, estava bem enraizado nas rotinas/hábitos dos nossos participantes e a sua disrupção assumiu ter consequências maiores do que se assim não fosse.

O mesmo se passa para o facto dessas rotinas estarem associadas à companhia (de familiares, amigos, outros) com quem essas deslocações se efetivavam. Conforme Naidenova et al. (2020) referiu, a felicidade ou a satisfação dos adeptos quando assistem a jogos de futebol, está muito associada a estes momentos de qualidade de entretenimento que um jogo de futebol protagoniza, bem como às relações sociais estabelecidas num determinado contexto social (Myers, 2000).

As perspetivas teóricas de bem-estar apresentadas levam-nos a refletir sobre o conceito de *afeição* como uma das necessidades básicas do ser humano (Floyd et al., 2005). Enquanto espécie humana, demonstramos as nossas emoções e os nossos sentimentos em relação a algo ou alguém alimentando/nutrindo atitudes e comportamentos criados na base dos fatores que nos fazem sentir bem, felizes e satisfeitos com a vida (Floyd et al., 2005).

Afirmações relativas a “*Os resultados desportivos do meu clube influenciam o meu estado de espírito*”; “*Faço do meu clube a minha vida*” obtiveram uma concordância/concordância plena com mais de cinquenta por cento dos resultados. Benazzi (2009) afirma que é esta intensidade que vai definir o grau de comprometimento do adepto com o seu clube, acrescentando que este depende de fatores individuais e ambientais. Relembramos que Mullin, Hardy e Sutton (2004) acrescentam que o envolvimento do adepto pode assumir três formas diferentes: a comportamental, que inclui a prática de uma modalidade e as atividades do adepto enquanto fã das mesmas; a cognitiva, que se refere à procura de informações teóricas sobre o seu clube e/ou a sua história e, por fim, a afetiva que se refere às atitudes, emoções e sentimentos que um adepto pode assumir em relação ao clube ao qual pertence.

Podemos afirmar que mais de dois terços dos nossos participantes, “*Dedicam uma grande parte dos meus sentimentos, pensamentos e ações ao meu clube*” Também a afirmação “*Ser adepto é um “escape para os meus problemas”*” obteve uma concordância / concordância plena de metade dos participantes no estudo. Cabrita (2015) afirma que os participantes com elevada identificação com a sua equipa vão estabelecer uma relação duradora e robusta com a mesma, direcionando os seus pensamentos, ações e sentimentos para tudo o que se relaciona com essa dimensão da sua vida.

Três quartos dos nossos participantes evidenciaram uma concordância plena ou simples com a afirmação “*O meu clube faz-me gerar amizades significativas*”, de facto, Vaz (2018) e Bravo (2020) defendem a tese de que, para os fãs, o desporto fornece um meio de celebração, de identificação, e ainda de expressão da vida social.

Indo neste sentido, o nosso estudo obteve uma concordância / concordância plena em mais de dois terços dos nossos participantes relativamente à afirmação “*Ser adepto é uma componente central na minha identidade social*”. A identificação com o clube refere-se à medida em que o adepto acredita que o seu papel como adepto, em relação ao seu clube, é uma componente central da sua identidade social, relacionando-se, portanto, com o grau que o adepto sente uma conexão psicológica com o clube (Rodrigues, 2018).

De facto, mais de 60% dos participantes no nosso estudo afirmam que veem o seu clube como a sua religião vai ao encontro das premissas teóricas anunciadas por Chakrabarti & Berthon (2012), que defendem que muitos adeptos de futebol elevam o clube a uma dimensão religiosa, assumindo uma experiência social única com rituais muito próprios e com uma envolvência emocional. Esta, pode chegar ao extremo de atitudes/comportamentos mais associados a rituais extremos como: “*Sou capaz de fazer uma tatuagem permanente relacionada com o meu clube*” em que mais de metade dos nossos participantes concordou.

Mais dois terços dos participantes afirma concordar ou concordar plenamente com afirmações do tipo: “*Sou capaz de poupar para conseguir gastar na minha vida enquanto adepto*”; “*Sou capaz de alterar rotinas académicas/ profissionais para esta presente na vida do meu clube*”; “*Sou capaz de tomar decisões pessoais/familiares baseadas no calendário desportivo do meu clube*”. Segundo Vaz (2018), há diferenças entre o grau de afeição de um adepto ao seu clube. Para este autor, enquanto o *fã-devoto* vai apenas aos jogos da sua equipa em casa, o *fã-fanático* vai aos jogos em casa e aos fora de casa. É aquele que tem uma relação

emocional de longo prazo com o clube e que demonstra solidariedade, nos momentos bons e nos maus dispendo-se, ainda, a gastar dinheiro com a sua equipa do coração (Vaz, 2018). Por outro lado, a envolvimento emocional do adepto com o seu clube pode tornar-se tão forte que, por vezes, podem superar a importância do seu trabalho ou das suas famílias, o que torna a análise de seu comportamento ainda mais relevante e de potencial interesse investigativo (Chakrabarti & Berthon, 2012). Alba (2021) sustenta também os nossos resultados atribuindo a nomenclatura de “*fãs adquiridos*” àqueles que estão profundamente comprometidos com o seu clube. Este fenómeno manifesta-se de várias maneiras: quer no compromisso de filiação, a longo prazo, com um determinado clube quer em gasto de tempo e monetário, assim como na lealdade ao mesmo, independentemente dos resultados (Alba, 2021).

Dois terços dos nossos participantes afirmam discordar ou discordar plenamente com a afirmação “*Sou capaz de prejudicar uma amizade por causa do meu clube*”. De facto, Theobald (2020) evidencia o contrário. Segundo o autor, o conhecimento que os adeptos possuem sobre o seu próprio clube e ainda a forma como acontece esta identificação faz com que mesmos o defendam diante de situações sociais, colocando em risco, até mesmo, relações de amizade ou sociofamiliares.

Para melhor caracterizar os adeptos em função do grau de “*afeição ao clube*”, procedemos à análise ANOVA com o objetivo de verificar a existência de diferenças entre as diferentes variáveis. De facto, os resultados apresentados no capítulo anterior corroboram com a literatura já apresentada no enquadramento teórico, reforçando as ideias de Coelho (2004) quando afirma que o futebol é fenómeno global, não distingue género, nem regiões de residência.

De uma forma geral, podemos afirmar que a moldura de revisão teórica sustenta e enquadra, de forma coerente, os resultados da nossa investigação, nomeadamente sobre os que procuraram caracterizar os adeptos relativamente ao grau de “*afeição ao clube*”. Os resultados evidenciam que existe um *espectro de graus de afeição* ao clube, com base no subentender das respostas obtidas. Existem um contínuo entre o “*menos afeiçoado*” (que implica, entre outros, menos frequência no assistir aos jogos, nos estádios de futebol, em momentos pré-pandémicos) e o “*mais afeiçoado*” (cujos valores de frequência nas deslocações ao estádio para assistir a jogos de futebol era maior).

Com o segundo objetivo específico pretendíamos identificar as variáveis que se associavam ao grau de “*afeição ao clube*”. O nosso estudo permitiu concluir que quanto maior for: a idade; a concordância com a interdição de público nos estádios de futebol devido à pandemia e o bem-estar emocional, menor a afeição ao clube. Estes resultados são expectáveis, na medida em que, quem sente “*menor afeição pelo seu clube*”, são aqueles que concordam com a interdição de público nos estádios de futebol, sentem melhor bem-estar emocional e, serão os mais velhos, por uma questão de alguma preocupação com a saúde devido a percepção de maior perigosidade deste vírus em indivíduos de idade mais avançada.

Por outro lado, verificámos que quanto maior for: a frequência em assistir aos jogos nos estádios (antes da pandemia); a percepção do impacto no bem-estar no adepto (devido à pandemia COVID-19 e consequente interdição de público no estádio); e o afeto negativo provocado pela pandemia, maior a afeição ao clube. Além de expectáveis, estes resultados são ainda corroborados pela teoria, até ao momento apresentada neste estudo, evidenciando claramente que a pandemia e a sua consequente medida de interdição de público nos estádios, afetou negativamente os adeptos, no que diz respeito a terem sido privados de momentos relevantes de apoio à sua equipa, estabelecendo com esta um vínculo que ultrapassa entretenimento, ou uma mera competição desportiva (Bravo, 2020).

Por fim, o terceiro e último objetivo pretendia caracterizar o tipo de impacto percecionado pelo adepto de futebol no seu bem-estar subjetivo, tendo em consideração a interdição de público nos estádios de futebol, devido à pandemia COVID-19.

Apesar de já serem conhecidos muitos dos efeitos (positivos e negativos) do futebol no que diz respeito ao olhar dos adeptos enquanto grupos (claques) (e.g., Sullivan, 2014a, 2018), pouco se sabia, à data da realização do estudo, quanto ao bem-estar individual dos adeptos, num contexto de interdição de público nos estádios de futebol em virtude da pandemia da COVID-19.

A resposta a este objetivo é claramente expectável no sentido de dizer que os nossos participantes (todos eles adeptos de um clube de futebol) tiveram uma percepção bastante nítida e acentuada sobre o facto de se terem sentido impacto negativo, no seu bem-estar subjetivo.

Relativamente aos dados qualitativos podemos concluir que, de forma geral, corroboram os resultados oriundos dos dados quantitativos, no sentido de sublinharem que a interdição de público nos estádios de futebol surtiu efeitos negativos percecionados, quer para os clubes, quer para si, enquanto adeptos.

Podemos ousar resumir que a maioria das unidades de análise identificadas evidencia uma ligação estreita em relação ao facto da interdição de público, nos estádios, ter surtido efeitos de foro negativo, quer para o clube, quer nos adeptos através da interconexão entre ambos, espelhada pelo indicador de unidade de análise “faltou o 12º jogador”. Estudos sobre o futebol evidenciam a importância, para a equipa e respetivos jogadores, da presença dos adeptos, dos fãs, das claques, dos apoiantes e simpatizantes. A este propósito citamos Cristiano Ronaldo, após um jogo de Portugal frente à Suécia, quando afirmou a seguinte frase “*Jogar sem adeptos é como ir ao circo e não ver palhaços, é como ir ao jardim e não ver flores*” (Gomes, 2021).

De acordo com os resultados obtidos, existem fatores significativos da variável “*A pandemia Covid-19 e a consequente interdição de público nos estádios de futebol teve impacto no meu bem-estar*”, tais como: “*grau de afeição*” e a “*frequência de assistir aos jogos nos estádios*”. Assim, quanto maior o “*grau de afeição*”, e quanto maior a “*frequência com que o adepto, antes da pandemia, assistia aos jogos nos estádios*”, maior o impacto percecionado da interdição de público nos estádios de futebol no bem-estar dos adeptos.

Os nossos resultados demonstraram que a interdição de público nos estádios de futebol, durante a pandemia COVID-19, se associou a afetos negativos do bem-estar dos nossos participantes. Deste modo verificámos que, quanto maior a afeição do adepto ao clube maior o afeto negativo sentido neste contexto adverso. Da mesma forma, quanto maior a frequência com que os nossos participantes assistiam aos jogos de futebol do seu clube nos respetivos estádios, antes da pandemia, maior o afeto negativo também por eles sentido. Acrescentamos ainda que, quanto maior a perceção de que a pandemia e a interdição de público nos estádios de futebol tiveram impacto no bem-estar do adepto, maior também o afeto negativo percecionado. Estes resultados são, em nosso entender expectáveis, tendo em consideração as linhas teóricas que apresentámos no capítulo 1. deste estudo, na medida em que evidenciam que a ligação e o apoio que o adepto estabelece com o seu clube facilita a criação de laços e a expressão emocional (Silva, 2017), contribuindo para o que Vallerand et al.

(2008) afirma quando associa os sentimentos do adepto em relação ao clube com a sua própria identidade e satisfação com a vida.

Também Unanue (2020) afirma que, os grandes eventos desportivos, nomeadamente, também os associados ao futebol, têm uma importante influência no estado emocional dos indivíduos, sendo motivo de orgulho, de alegria, de frustração ou até mesmo de depressão. Concluindo que os eventos desportivos trazem múltiplos impactos para os sistemas de saúde e para a qualidade de vida e respetivo bem-estar subjetivos dos seus adeptos. (Pawlowski et al., 2014).

Bravo (2020) demonstrou que, nos últimos anos, o interesse pelos grandes eventos desportivos ultrapassou em grande medida os efeitos sociais assumindo uma relevância preponderante devido ao seu impacto no bem-estar subjetivo. Nesse sentido, os estudos de Páez et al. (2015) citados pelo mesmo autor, desenvolvidos com uma amostra de rituais coletivos, descobriram que esses eventos coletivos reforçam o afeto positivo em vez de diminuir o afeto negativo. Os autores supramencionados conseguiram encontrar não só uma forte componente de partilha de emoções vivenciadas, como até mesmo uma grande perceção de sintonia emocional, que aumentaram o bem-estar psicológico dos participantes.

Relembramos que metade dos nossos participantes consideravam que *“Ser adepto é um escape para os meus problemas”* ou como veremos pela análise de conteúdo apresentada na questão *“Quando ia ao estádio era como se os problemas, naquelas duas horas desaparecessem.”* Segundo as investigações desenvolvidas por Theobald (2020), os adeptos são, por natureza, indivíduos altamente suscetíveis à alienação, são irracionais e emocionalmente instáveis, fazendo do futebol uma fuga da realidade e de suas frustrações pessoais.

Relativamente ao bem-estar emocional, verificamos que este se correlaciona de forma estatisticamente significativa com as variáveis: *“afeição ao clube”* (quanto maior a afeição ao clube, menor o bem-estar emocional); e o mesmo se passa relativamente à variável *“se a pandemia e a interdição de público nos estádios de futebol tiveram impacto no bem-estar do adepto”* (quanto maior este impacto, menor o bem-estar emocional). Revelou-se apenas um fator significativo do bem-estar emocional, a *“afeição ao clube”*. Podemos então concluir que, na verdade, os nossos resultados corroboram a literatura, na medida em que, num contexto de pandemia e consequente interdição de público nos estádios de futebol, no que

diz respeito à afeição ao clube e ao facto do adepto não conseguir assistir aos jogos do seu clube nos estádios, gerou menor bem-estar emocional no mesmo. De igual modo quanto maior a perceção do impacto no bem-estar do adepto, menor o bem-estar emocional por ele sentido. Já as variáveis “*bem-estar social*” e “*bem-estar psicológico*” não se correlacionaram com nenhuma das variáveis anteriores, nem nenhuma destas se revelou ser fator significativo do “*bem-estar social*”, nem do “*bem-estar psicológico*”. Este facto, foi considerado à luz deste estudo, como um elemento gerador de alguma surpresa e não expectável tendo em consideração todas as variáveis aqui equacionadas. Contudo, também podemos considerar a importância que a modalidade desportiva futebol assume na hierarquia das necessidades da vida de um ser humano, num contexto de pandemia como este, razão que enquadra esta ausência de correlação no que a estas dimensões de bem-estar subjetivo diz respeito. Admitimos que a singularidade deste contexto adverso pandémico, não nos permite, na história da humanidade até ao momento, comparar estes resultados com literatura científica existente oriunda de contextos similares. Parece-nos também enriquecedor incluir aqui a interpretação de raiz qualitativa, obtida pelos resultados à questão: “*De que forma a interdição de público nos estádios de futebol o afetou enquanto adepto*”.

Os nossos participantes consideraram que foram afetados, principalmente de forma negativa, pela interdição de público nos estádios e justificaram, de uma forma específica, com aspetos mais relacionados com “*sentimentos e emoções*” e com “*alterações de rotinas e de momentos de lazer*” anteriormente privilegiados. Referiram ainda que esse afeto negativo teve relação também com o facto de não se sentirem úteis a dar o apoio que deviam à equipa “*não consegui fazer parte do 12º jogador*”, o que faz sentido à luz do reportaram fazer, antes da pandemia, quando assistiam aos jogos, tal como “*cantar para incentivar a equipa*” e “*gritar perante as decisões relacionadas com a arbitragem*”.

Também o facto de, antes da pandemia, se fazerem acompanhar, aos jogos de futebol nos estádios com amigos e/ou família, aproveitando tais afinidades para desenvolverem momentos de convívio antes, durante ou depois do jogo, levou a que, com a interdição de público devido à pandemia COVID-19, esta realidade fosse perdida e equacionada pelos participantes como “*sinto falta das idas aos jogos com os amigos, de todos os momentos de convívio (...)*”. Os encontros sociais (Fagundes et al., 2013), representam o ambiente de apoio, onde existe uma maior liberdade do adepto se expressa, divertir e interagir, usufruindo do prazer de pertencer a um grupo (Garcia et al., 2015).

De facto, a opinião dos participantes deste estudo foi maioritariamente associada ao facto desta medida governamental, ter afetado muito negativamente também o clube. Realçaram que a dimensão mais afetada foi, de facto, a do apoio dado pelos adeptos, na bancada, à equipa (e.g., *“A força que nós, adeptos, damos sempre durante todo o jogo, tende a ser uma força extra emocional para os motivar ainda mais e não os deixar desistir do jogo, principalmente em jogos em que estamos a perder”*).

Ao longo desta investigação sobressaiu a necessidade de se *“olhar”* o futebol como um campo de extrema riqueza investigativa e numa perspetiva plural de diferentes identidades e olhares (atletas, treinadores, dirigentes desportivos e, também, adeptos). Verificámos que os estudos focados no *“olhar e no sentir”* do adepto, enquanto indivíduo e entidade singular e única neste processo não são abundantes. Com este nosso estudo pensamos ter conseguido demonstrar que, do ponto de vista do adepto, o futebol é um *“mundo”* de sensações e emoções e não apenas e só um mero momento de cultura desportiva e entretenimento social. Conseguimos demonstrar que o futebol é, também, percecionado pelo adepto como um foco de saúde mental e de bem-estar subjetivo. Medidas de saúde pública, como aquelas que foram assumidas em torno do controlo da pandemia COVID-19, foram necessárias do ponto de vista de saúde pública, mas, alertam o nosso estudo, para que as mesmas sejam assumidas por um tempo mínimo e estritamente necessário para que não proliferem em afetos negativos no BES dos adeptos e na sua saúde mental, no geral.

Não podemos deixar de apresentar aquelas que nos parecem ser algumas das limitações, entendidas como fragilidades inerentes ao nosso estudo. É uma área que carece de investigação e de validação de instrumentos para recolha de dados para o efeito, realçando aqui esta possibilidade de investigação futura. Não querendo com isto desejar que esta ou outra situação pandémica se volte a repetir.

Uma outra limitação é o facto de termos procedido à adaptação de escalas PANAS e MHC-SF, adaptação esta que, embora necessária para avaliar o que era pretendido no contexto deste estudo, pode ter comprometido a validade psicométrica das mesmas. Foi uma necessidade visto que os itens das escalas originais não tinham aplicabilidade ao contexto pandémico e não existiam instrumentos para o fim que pretendíamos, tendo em conta o contexto pandémico que vivemos.

Estava também inicialmente previsto que este estudo tivesse um desenho longitudinal, que teria como vantagem comparar os diferentes BES em momento de interdição de público nos estádios e em momento que esta interdição já estaria levantada. No entanto, tal deixou de ser uma hipótese pela fraca adesão à pergunta final do questionário, em que se solicitava ao participante para escrever o seu endereço de e-mail, invalidando a possibilidade de contactar novamente grande parte dos participantes. A análise efetuada no âmbito da nossa investigação foi correlacional, com ausência de causalidade o que não deixa de ser uma fragilidade / limitação à investigação que aqui apresentamos.

Também seria interessante, a partir daqui complementar com estudos de natureza qualitativa, recorrendo à técnica de entrevista enquanto instrumento para recolha de dados, de forma a que, com a respetiva análise de conteúdo, fosse possível caracterizar “casos” de maior ou menor impacto no BES.

Apesar destas limitações, consideramos que existe um aspeto inovador que se ecoa nesta investigação como uma grande força do nosso estudo: a interdição de público nos estádios de futebol, de uma forma tão alargada no tempo, nunca tinha acontecido até então. Este facto levanta logo a inexistência de estudos similares anteriores que avaliassem o BES do indivíduo nestes contextos pandémicos o que nos permitiu dar um toque de inovação e oportunidade ao “*adepto*” que vive apaixonado pelo futebol.

## Capítulo 5. Conclusão

O contexto de pandemia COVID-19 foi, à escala mundial, algo inesperado e com uma matriz de impacto em todos os sectores da sociedade e da Humanidade, enquanto tal. Contudo, a ciência evolui da oportunidade que também nasce nestes contextos adversos. O nosso estudo procurou conhecer o impacto que uma medida governamental, ligada ao desporto nacional - futebol, teve no bem-estar subjetivo dos indivíduos, ao interditar o público, durante dezassete meses, de assistir ao vivo aos espetáculos desportivos.

Os nossos resultados apontam para que esta medida de saúde pública tenha sido percecionada de forma negativa, com impacto no bem-estar subjetivo dos adeptos de futebol. Tal reforça a ideia de que esta prática vai muito mais além do que o mero entretenimento; o futebol pode mesmo ser motivo e motor do bem-estar subjetivo dos indivíduos no geral e dos adeptos, em particular.

Vários são os autores que cruzam as ciências sociais e humanas com a modalidade do futebol num mesmo denominador de investigação científica. Este nosso trabalho, de forma humilde, pretende contribuir para a especificidade do “*olhar*” o bem-estar subjetivo do adepto enquanto tal, num contexto adverso, respeitante à interdição de público nos estádios de futebol. Olhar o futebol do ponto de vista da saúde mental é uma porta que julgamos abrir com este trabalho.

## Referências Bibliográficas

- Alba, G. R., & Lionello, R. L. (2015). Proselitismo e boca-a-boca no consumo de esporte contemporâneo. *Revista Brasileira de Marketing*, 14(3), 322-334.
- Alba, G. (2021). Desenvolvimento e validação de uma escala dos efeitos da identificação clubística em torcedores de futebol. *REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)*, 27, 265-284. <http://dx.doi.org/10.1590/1413-2311.314.103027>
- Andrade, E. B., & Ariely, D. (2009). The enduring impact of transient emotions on decision making. *Organizational behavior and human decision processes*, 109(1), 1-8. <http://dx.doi.org/10.1016/j.obhdp.2009.02.003>
- Andrews, F. M., & Crandall, R. (1976). The validity of measures of self-reported well-being. *Social Indicators Research*, 3(1), 1-19. <http://dx.doi.org/10.1007/BF00286161>
- Averill, J. R., & More, T. A. (1993). Happiness. In M. Lewis & J. M. Haviland (Eds.), *Handbook of emotions* (pp. 617–629). The Guilford Press.
- Bacha, M. L., & Neto, C. F. (2014). Os desafios da comunicação voltada ao torcedor de futebol: estudo exploratório baseado no constructo “amor ao time”. *Revista de Estudos da Comunicação*, 15(37). <http://dx.doi.org/10.7213/rec.v15i37.22464>
- Bardin, L. (1997). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70
- Benazzi, J. R. S. C., & Borges, C. N. (2009). Emoção, Exposição e Vendas: análise do patrocínio realizado por marcas de artigos esportivos no futebol brasileiro. *Anais do Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, Resende*, 6.
- Bond, A. J., Cockayne, D., Ludvigsen, J. A. L., Maguire, K., Parnell, D., Plumley, D., ... & Wilson, R. (2022). COVID-19: the return of football fans. *Managing sport and leisure*, 27(1-2), 108-118. <http://dx.doi.org/10.1080/23750472.2020.1841449>
- Bradburn, N. M. (1969). The structure of psychological well-being.
- Branscombe, N. R., & Wann, D. L. (1991). The positive social and self concept consequences of sports team identification. *Journal of Sport and Social Issues*, 15(2), 115-127. <http://dx.doi.org/10.1177/019372359101500202>

- Bravo, D., Oriol, X., Gómez, M., Cortez, D., & Unanue, W. (2020). The effects of the 2016 copa américa Centenario Victory on social trust, self-transcendent aspirations and evaluated subjective well-being: The role of identity with the national team and collective pride in major sport events. *Frontiers in Psychology*, 11, 2552. <http://dx.doi.org/10.3389/fpsyg.2020.591498>
- Burns, R. A., & Machin, M. A. (2010). Identifying gender differences in the independent effects of personality and psychological well-being on two broad affect components of subjective well-being. *Personality and Individual Differences*, 48(1), 22-27. <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2009.08.007>
- Cabrita, T. (2015). O adepto desportivo: perspetiva teórica sobre a identidade de fã. *Lusíada. Economia e Empresa*, (19), 57-67.
- Campbell, A., Converse, P. E., & Rodgers, W. L. (1976). *The quality of American life: Perceptions, evaluations, and satisfactions*. Russell Sage Foundation.
- Chakrabarti, R., & Berthon, P. (2012). Gift giving and social emotions: experience as content. *Journal of Public Affairs*, 12(2), 154-161. <http://dx.doi.org/10.1002/pa.1417>
- Chaves, P. G., Gosling, M., & de Medeiros, S. A. (2014). Engajamento e ações de marketing de relacionamento no futebol: Um estudo com torcedores do Cruzeiro Esporte Clube. *Revista Vianna Sapiens*, 5(1), 32-32.
- Chen, P. J. (2004). *Understanding fans' loyalty*. University of Central Florida, 2-22.
- Chen, P. J. (2010). Differences between male and female sport event tourists: A qualitative study. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 277-290. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.10.007>
- Ciotti, M., Ciccozzi, M., Terrinoni, A., Jiang, W. C., Wang, C. B., & Bernardini, S. (2020). The COVID-19 pandemic. *Critical reviews in clinical laboratory sciences*, 57(6), 365-388. <http://dx.doi.org/10.1080/10408363.2020.1783198>
- Coates, D., Naidenova, I., & Parshakov, P. (2017). Determinants of Russian football club brands. *International Journal of Sport Finance*, 12(4), 321–341.
- Coelho, J. N. (2004). Futebol: Desporto e emocao. *Revista Con (m) textos de Sociologia*, 3, 21-24.

Collins, R. (2014). Interaction ritual chains. In *Interaction Ritual Chains*. Princeton university press. <http://dx.doi.org/10.1515/9781400851744>

de Lourdes Bacha, M., & Neto, C. F. (2014). Os desafios da comunicação voltada ao torcedor de futebol: estudo exploratório baseado no constructo “amor ao time”. *Revista de Estudos da Comunicação*, 15(37).

Decreto Lei nº 14 – A/2020 in <https://dre.pt/pesquisa/-/search/131228424/details/maximized>

Decreto Lei nº 45 / 2021 in <https://dre.pt/web/guest/home/-/dre/158398971/details/maximized>

Diário da República n.º 52/2020, 1º Suplemento, Série I de 2020-03-13, Lei n.º 10-A/2020, de 13 de março, que estabelece medidas excecionais e temporárias relativas à situação epidemiológica do novo Coronavírus - COVID 19.

Diário da República n.º 56/2020, 3º Suplemento, Série I de 2020-03-19 - Lei n.º 1-A/2020 Lei n.º 1-A/2020, de 19 de março, que aprova medidas excecionais e temporárias de resposta à situação epidemiológica provocada pelo coronavírus SARS-CoV-2 e da doença COVID-19

Diário da República n.º 68/2020, 3º Suplemento, Série I de 2020-04-06 - Lei n.º 4-A/2020 Lei n.º 4-A/2020, de 6 de abril, que procede à primeira alteração à Lei n.º 1-A/2020, de 19 de março, que aprova medidas excecionais e temporárias de resposta à situação epidemiológica provocada pelo coronavírus SARS-CoV-2 e da doença COVID-19, e à segunda alteração ao Decreto

Diener, E., & Emmons, R. A. (1984). The independence of positive and negative affect. *Journal of personality and social psychology*, 47(5), 1105. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.47.5.1105>

Diener, E., Suh, E., & Oishi, S. (1997). Recent findings on subjective well-being. *Indian journal of clinical psychology*, 24, 25-41.

Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American psychologist*, 55(1), 34. <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.34>

Diener, E., & Lucas, R. E. (2000). Subjective emotional well-being. *Handbook of emotions*, 2, 325-337.

Diener, E., Oishi, S., & Lucas, R. E. (2003). Personality, culture, and subjective well-being: Emotional and cognitive evaluations of life. *Annual review of psychology*, 54(1), 403-425. <http://dx.doi.org/10.1146/annurev.psych.54.101601.145056>

Diener, E. (2009). Subjective well-being. *The science of well-being*, 11-58. [http://dx.doi.org/10.1007/978-90-481-2350-6\\_2](http://dx.doi.org/10.1007/978-90-481-2350-6_2)

Diener, E., Scollon, C. N., & Lucas, R. E. (2009). The evolving concept of subjective well-being: The multifaceted nature of happiness. [http://dx.doi.org/10.1007/978-90-481-2354-4\\_4](http://dx.doi.org/10.1007/978-90-481-2354-4_4)

D.G.S. (2022) in <https://www.dgs.pt/>

Documento “COVID-19 Football regulatory issues”, versão 1.0, de abril de 2020

dos Reis Alba, G., & Lionello, R. L. (2015). Proselitismo e boca-a-boca no consumo de esporte contemporâneo. *Revista Brasileira de Marketing*, 14(3), 322-334. <http://dx.doi.org/10.5585/remark.v14i3.2713>

Durkheim, E. (1995). *The elementary forms of religious life*, translated by Karen E. Fields. New York: Free.

Elias, N., & Dunning E. (1986). *A busca da excitação*. Lisboa: Difel.

Elias, N., Dunning, E., & e Silva, M. M. A. (1992). *A busca da excitação*.

Emmons, R. A. (1986). Personal strivings: An approach to personality and subjective well-being. *Journal of Personality and Social psychology*, 51(5), 1058. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.51.5.1058>

Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis* (No. 7). WW Norton & company.

Fagundes, A. F. A., Veiga, R. T., de Oliveira Sampaio, D., Veloso, C., de Paula Santana, É. E., & Lara, J. E. (2013). Um estudo sobre a satisfação do consumidor esportivo que frequenta estádios de futebol em Belo Horizonte. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 12(1), 121-135. <http://dx.doi.org/10.5329/RECADM.2013004>

Fernandes, M. F. M. (2011). A dicotomia do jornalismo desportivo em Portugal: futebol versus modalidades.

Floyd, K., Hess, J. A., Miczo, L. A., Halone, K. K., Mikkelson, A. C., & Tusing, K. J. (2005). Human affection exchange: VIII. Further evidence of the benefits of expressed affection. *Communication Quarterly*, 53(3), 285-303. <http://dx.doi.org/10.1080/01463370500101071>

- Foroughi, B., Nikbin, D., Hyun, S. S., & Iranmanesh, M. (2016). Impact of core product quality on sport fans' emotions and behavioral intentions. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*. <http://dx.doi.org/10.1108/IJSMS-04-2016-010>
- Fredrickson, B. L. (2004). The broaden-and-build theory of positive emotions. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London. Series B: Biological Sciences*, 359(1449), 1367-1377. <http://dx.doi.org/10.1098/rstb.2004.1512>
- Galeano, E. (1995). *El Fútbol a Sol y Somnbra*. Montevidéo: Ediciones del Canchito.
- Galinha, I. C., Pereira, C. R., & Esteves, F. (2014). Versão reduzida da escala portuguesa de afeto positivo e negativo-PANAS-VRP: Análise fatorial confirmatória e invariância temporal. *Psicologia*, 28, 53-65.
- Garcia, S. F. A., Louzada, R., Galli, L. C. D. L. A., & dos Santos Barbosa, A. D. L. (2015). Impacto das inovações de marketing na receita de clubes de futebol: o caso do corinthians. *Podium Sport, Leisure and Tourism Review*, 4(1), 48-61. <http://dx.doi.org/10.5585/podium.v4i1.116>
- Gibson, H., Willming, C., & Holdnak, A. (2002). "We're Gators... not just Gator fans": Serious leisure and University of Florida football. *Journal of Leisure Research*, 34(4), 397-425. <http://dx.doi.org/10.1080/00222216.2002.11949979>
- Giulianotti, R., & Robertson, R. (2004). The globalization of football: a study in the glocalization of the 'serious life'. *The British journal of sociology*, 55(4), 545-568. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-4446.2004.00037.x>
- Goldstein, J. (1989). *Sports, games and play*. Hillsdale, NJ: Laurence Earlbaum
- Goldenberg, A., Garcia, D., Halperin, E., & Gross, J. J. (2020). Collective emotions. *Current Directions in Psychological Science*, 29(2), 154-160. <http://dx.doi.org/10.1177/0963721420901574>
- Gouveia, C. (2019). O paralelo do futebol com a religião: o caso do futebol Português. *O paralelo do futebol com a religião: o caso do futebol Português*, (1), 69-91.
- Hogg, M., & Vaughan, G. (2009). *Essentials of social psychology*. Pearson Education.
- Hollanda, B. B. B. D. (2009). Futebol, arte e política: a catarse e seus efeitos na representação do torcedor. *Organizações & Sociedade*, 16, 123-140. <http://dx.doi.org/10.1590/S1984-92302009000100006>

- Horne, J. Sport in consumer culture. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2006. <http://dx.doi.org/10.1007/978-0-230-80235-3>
- Hu, A. W. L., & Tang, L. R. (2010). Factors motivating sports broadcast viewership with fan identification as a mediator. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 38(5), 681-689. <http://dx.doi.org/10.2224/sbp.2010.38.5.681>
- Jebb, A. T., Morrison, M., Tay, L., & Diener, E. (2020). Subjective well-being around the world: trends and predictors across the life span. *Psychological science*, 31(3), 293-305. <http://dx.doi.org/10.1177/0956797619898826>
- Jones, M. V., Coffee, P., Sheffield, D., Yangüez, M., & Barker, J. B. (2012). Just a game? Changes in English and Spanish soccer fans' emotions in the 2010 World Cup. *Psychology of Sport and Exercise*, 13(2), 162–169. <http://dx.doi.org/10.1016/j.psychsport.2011.10.008>
- Kashdan, T. B., Biswas-Diener, R., & King, L. A. (2008). Reconsidering happiness: The costs of distinguishing between hedonics and eudaimonia. *The Journal of Positive Psychology*, 3(4), 219-233. <http://dx.doi.org/10.1080/17439760802303044>
- Kavetsos, G. (2012). National pride: War minus the shooting. *Social indicators research*, 106(1), 173-185. <http://dx.doi.org/10.1007/s11205-011-9801-1>
- Keyes, C. L. M., & Ryff, C. D. (1995). The structure of psychological well-being revisited. *Journal of personality and social psychology*, 69(4), 719.
- Keyes, C. L. M. (1998). Social well-being. *Social psychology quarterly*, 121-140. <http://dx.doi.org/10.2307/2787065>
- Keyes, C. L. M., Shmotkin, D. & Ryff, C.D. (2002). Optimizing well being: the empirical encounter of two traditions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 1007-1022. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.82.6.1007>
- Keyes, C. L., & Waterman, M. B. (2003). Dimensions of well-being and mental health in adulthood.
- Kwon, H. H., Trail, G. K., & James, J. D. (2007). The mediating role of perceived value: Team identification and purchase intention of team-licensed apparel. *Journal of Sport Management*, 21(4), 540– 554. <http://dx.doi.org/10.1123/jsm.21.4.540>

- Lazarus, R. S. (2000). How emotions influence performance in competitive sports. *The sport psychologist*, 14(3), 229-252. <http://dx.doi.org/10.1123/tsp.14.3.229>
- Leitão (2020). XIX Futebol Profissional. Disponível em <https://www.mlpts.pt/xms/files/COVID-19/Desporto.PDF>
- Marivoet, S. (2004). Futebol: Desporto e emoção. *Revista Con (m) textos de Sociologia*, 3, 13-15.
- Marivoet, S. (2009). Subculturas de adeptos de futebol e hostilidades violentas—O caso português no contexto europeu. Configurações. *Revista Ciências Sociais*, (5/6), 279-299. <http://dx.doi.org/10.4000/configuracoes.502>
- Matos, A. P., André, R. S., Cherpe, S., Rodrigues, D., Figueira, C., & Pinto, A. M. (2010). Estudo psicométrico preliminar da Mental Health Continuum—Short Form—for youth numa amostra de adolescentes portugueses. *Psychologica*, (53), 131-156. [http://dx.doi.org/10.14195/1647-8606\\_53\\_7](http://dx.doi.org/10.14195/1647-8606_53_7)
- Morgado, C. M. (2022). COVID-19 em Profissionais de Futebol.
- Mullin, B.J.; Hardy, S.; Sutton, W. *Marketing Esportivo*. Porto Alegre: Artmed, 2004
- Myers, D. G. (2000). The funds, friends, and faith of happy people. *American psychologist*, 55(1), 56. <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.56>
- Naidenova, I., Parshakov, P., & Paklina, S. (2020). Determinants of football fans' Happiness: Evidence from facial emotion recognition. *Journal of Happiness Studies*, 21(3), 1103-1116. <http://dx.doi.org/10.1007/s10902-019-00119-5>
- Neto, V. F. (2009). *Emoção e comportamento corporal dos espectadores de futebol durante o jogo* (Doctoral dissertation).
- Neugarten, B. L., Havighurst, R. J., & Tobin, S. S. (1961). The measurement of life satisfaction. *Journal of gerontology*. <http://dx.doi.org/10.1093/geronj/16.2.134>
- Nolasco, C. (2004). Futebol: Desporto e emoção. *Con (m) textos de Sociologia*, (3), 16-20.
- Pawlowski, T., Downward, P., & Rasciute, S. (2014). Does national pride from international. sporting success contribute to well-being? An international investigation. *Sport Management Review*, 17(2), 121–132.

Pawlowski, T., & Nalbantis, G. (2015). Competition format, championship uncertainty and stadium attendance in European football—a small league perspective. *Applied Economics*, 47(38), 4128-4139. <http://dx.doi.org/10.1080/00036846.2015.1023949>

Pentieiros, M. R. D. B. R. V. (2021). *Assistência a jogos nos estádios de futebol em Portugal em contexto de pandemia de covid-19: a identificação e a lealdade dos adeptos para com as suas equipas* (Doctoral dissertation, Instituto Superior de Economia e Gestão).

Porsche, M., & Maennig, W. (2008). The feel-good effect at mega sport events—recommendations for public and private administration informed by the experience of the FIFA World Cup 2006. *Hamburg Contemporary Economic Discussion Paper*, (18). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1541952>

Reis, R. M., dos Santos Neto, S. C., Losso, P. R., Da Costa, L. P., & Telles, S. D. C. C. (2021). O uso dos estádios de futebol durante a pandemia da COVID-19. *Lecturas: Educación Física Y Deportes*, 26(276). <http://dx.doi.org/10.46642/efd.v26i276.2511>

Rhee, S. Y. (2007). Group emotions and group outcomes: The role of group-member interactions. In *Affect and groups*. Emerald Group Publishing Limited.

Rimé, B., Páez, D., Basabe, N., & Martínez, F. (2010). Social sharing of emotion, post-traumatic growth, and emotional climate: Follow-up of Spanish citizen's response to the collective trauma of March 11th terrorist attacks in Madrid. *European Journal of Social Psychology*, 40(6), 1029-1045. <http://dx.doi.org/10.1002/ejsp.700>

Rodrigues, V. H. B. (2009). Uma comparação das motivações de consumo de futebol entre gêneros.

Rodrigues, R. B., Veloso, C., & Fagundes, A. F. A. (2018). Aspectos emocionais e experienciais influenciadores da ida do torcedor aos estádios de futebol de Belo Horizonte-MG. *Revista Brasileira de Marketing*, 17(1), 31-48. <http://dx.doi.org/10.5585/remark.v17i1.3490>

Santana, V. S., & Gondim, S. M. G. (2016). Regulação emocional, bem-estar psicológico e bem-estar subjetivo. *Estudos de Psicologia (Natal)*, 21(1), 58-68. <http://dx.doi.org/10.5935/1678-4669.20160007>

Santomauro, D. F., Herrera, A. M. M., Shadid, J., Zheng, P., Ashbaugh, C., Pigott, D. M., ... & Ferrari, A. J. (2021). Global prevalence and burden of depressive and anxiety disorders in 204 countries and territories in 2020 due to the COVID-19 pandemic. *The Lancet*, 398(10312), 1700-1712. [http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736\(21\)02143-7](http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736(21)02143-7)

- Santos, T. D. O. (2016). Envolvimento dos adeptos de futebol nas redes sociais, satisfação e intenções comportamentais.
- Scharf, E. R., & da Silva Pacheco, G. (2018). O consumo de bens e serviços de marcas patrocinadoras de clubes de futebol. *Gestão. Org*, 16(2), 167-181. <http://dx.doi.org/10.21714/1679-18272018v16n2.p167-181>
- Seligman, M. E., & Csikszentmihalyi, M. (2014). Positive psychology: An introduction. In *flow and the foundations of positive psychology* (pp. 279-298). Springer, Dordrecht.
- Shakina, E., Gasparetto, T., & Barajas, A. (2020). Football fans' emotions: Uncertainty against brand perception. *Frontiers in psychology*, 11, 659. <http://dx.doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00659>
- Silva, M. N. (2017). O clube de futebol como promotor da saúde na população: o exemplo do programa EuroFIT. *Revista Fatores de Risco*.
- Siqueira, M. M. M., & Padovam, V. A. R. (2008). Bases teóricas de bem-estar subjetivo, bem-estar psicológico e bem-estar no trabalho. *Psicologia: teoria e pesquisa*, 24(2), 201-209. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-37722008000200010>
- Stieger, S., Götz, F. M., & Gehrig, F. (2015). Soccer results affect subjective well-being, but only briefly: A smartphone study during the 2014 FIFA world cup. *Frontiers in Psychology*, 6, 497. <http://dx.doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00497>
- Sullivan, G. B. (2014). Collective pride, happiness, and celebratory emotions: aggregative, network, and cultural models. *Collective emotions: Perspectives from psychology, philosophy, and sociology*, 266-280.
- Sullivan, G. B. (2018). Collective emotions: A case study of South African pride, euphoria and unity in the context of the 2010 FIFA World Cup. *Frontiers in psychology*, 9, 1252. <http://dx.doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01252>
- Theobald, R. R., dos Santos, M. J., Brambilla, F. R., & Eberle, L. (2020). Sentimentos e emoções dos torcedores de futebol. *Revista Eletrônica de Administração e Turismo-ReAT*, 14(2), 183-202.
- Theodorakis, N., Wann, D., Sarmento, P., & de Carvalho, M. (2010). Translation and initial validation of the Portuguese version of the Sport Spectator Identification Scale. *North American Journal of Psychology*, 12(1), 67-80.

- Thonhauser, G., & Wetzels, M. (2019). Emotional sharing in football audiences. *Journal of the Philosophy of Sport*, 46(2), 224-243. <http://dx.doi.org/10.1080/00948705.2019.1613159>
- Trail, G. T., Anderson, D. F., & Fink, J. S. (2005). Consumer satisfaction and identity theory: A model of sport spectator conative loyalty. *Sport Marketing Quarterly*, 14(2).
- Turner, J. C., & Oakes, P. J. (1986). The significance of the social identity concept for social psychology with reference to individualism, interactionism and social influence. *British Journal of Social Psychology*, 25(3), 237-252. <http://dx.doi.org/10.1111/j.2044-8309.1986.tb00732.x>
- Unanue, W., Oriol, X., Gómez, M., Cortez, D., & Bravo, D. (2020). Feel the Copa América final: Immediate and medium-term effects of major sport events and national football team identification on different components of subjective well-being. *Current Psychology*, 1-19. <http://dx.doi.org/10.1007/s12144-019-00545-x>
- Vallerand, RJ, Mageau, GA, Elliot, AJ, Dumais, A., Demers, MA, & Rousseau, F. (2008). Paixão e obtenção de desempenho no esporte. *Psicologia do Esporte e Exercício*, 9 (3), 373-392.
- Vaz, S. A. B. (2018). A profundidade da relação adepto-clube: do Brand Love ao FANcrifice (Doctoral dissertation).
- Von Scheve, C., & Ismer, S. (2013). Towards a theory of collective emotions. *Emotion review*, 5(4), 406-413.
- Wann, D. L., Melnick, M. J., Russell, G. W., & Pease, D. G. (2001). *Sport fans: The psychology and social impact of spectators*. Routledge.
- Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of personality and social psychology*, 54(6), 1063. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.54.6.1063>
- Zevon, M. A., & Tellegen, A. (1982). The structure of mood change: An idiographic/nomothetic analysis. *Journal of personality and social psychology*, 43(1), 111. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.43.1.111>
- Zunino, R. (2006). Comportamento de compra de torcedores de clubes de futebol: um estudo da aquisição de produtos dos patrocinadores. *Encontro de Marketing da ANPAD*, 2.

## **APÊNDICES**

# Impacto da Interdição de Público nos Estádios de Futebol no Bem-Estar Subjetivo dos Adeptos

A investigação para a qual pedimos a sua colaboração com o preenchimento deste questionário, está a ser realizada no âmbito de uma dissertação de Mestrado em Psicologia do Bem-Estar e Promoção da Saúde da Universidade Católica Portuguesa.

Tem como objetivo recolher dados que permitam caracterizar o impacto que a interdição de público nos estádios de futebol está a ter nos respetivos adeptos de futebol com clube, tendo em consideração as limitações impostas pela pandemia COVID-19.

Está organizada em duas fases contemplando dois momentos distintos, no que ao acesso de público nos estádios de futebol diz respeito.

Agradeço, desde já, a sua colaboração nesta primeira fase.

\*Obrigatório

## Consentimento Informado

O presente questionário demora cerca de 15 a 20 minutos a ser preenchido. A sua participação nesta investigação é voluntária. Tem o direito de se retirar, em qualquer momento, durante o estudo, por qualquer razão e sem qualquer prejuízo. Se desejar entrar em contacto com o investigador principal para discutir algo relacionado com esta investigação, envie um email para Filipa Sardo, mestranda da Faculdade de Ciências Humanas, da Universidade Católica Portuguesa ([f.pipa.sardo@gmail.com](mailto:f.pipa.sardo@gmail.com)). Muito obrigada.

1. Aceito participar neste estudo, confirmo que compreendi os objetivos desta investigação, que me foi dada oportunidade de solicitar e obter esclarecimentos adicionais e que a minha participação neste estudo é voluntária. \*

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

Código Alfanumérico

2. 2. Por favor, crie um código pessoal alfanumérico de acordo com as respostas às seguintes questões: 1ª - Primeira letra do seu primeiro nome. 2ª - Dia em que nasceu. 3ª - Primeira letra do mês do seu aniversário. 4ª - Primeira letra do seu último nome. Por exemplo: F28FS (F - Filipa; 28 - Dia em que nasceu; F - Fevereiro; S - Sardo). \*
- 

### Dados Pessoais

3. 3. Género \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Feminino  
 Masculino  
 Outro

4. 4. Qual a sua idade? \*
-

5. Qual o distrito/região da sua residência? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Aveiro
- Beja
- Braga
- Bragança
- Castelo Branco
- Coimbra
- Évora
- Faro
- Guarda
- Leiria
- Lisboa
- Portalegre
- Porto
- Santarém
- Setúbal
- Viana do Castelo
- Vila Real
- Viseu
- Açores
- Madeira

6. 6. Por favor, indique a sua situação profissional atual \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Estudante
- Trabalhador-estudante
- Desempregado
- Empregado
- Reformado
- 
- Outra:

7. 7. Tem clube de futebol? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

Caracterização do  
Adepto com Clube

Esta secção destina-se a recolher dados que permitam caracterizá-lo enquanto adepto de um determinado clube.

8. 8. Qual o seu clube de futebol? \*

---

9. 9. Atualmente é sócio do seu clube? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

10. 10. Sou adepto do meu clube porque... (assinale todas as afirmações com que se identifica) \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Gosto de sentir que faço parte de um clube
- Me identifico com os valores do clube
- Toda a gente tem um clube
- Gosto de conviver com pessoas que têm o mesmo clube que eu
- Me identifico com a cor do clube
- Me identifico com as pessoas que representam o meu clube

Outra:  \_\_\_\_\_

11. 11. Sinto-me melhor adepto quando... (assinale todas as afirmações com que se identifica) \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Assisto aos jogos de futebol no estádio do meu clube
- Assisto aos jogos de futebol do meu clube "fora de casa"
- Compro merchandising do meu clube
- Sigo as redes sociais do meu clube
- Sou sócio do meu clube
- Assisto a jogos de outras modalidades do meu clube
- Adquiro serviços premium do meu clube

Outra:  \_\_\_\_\_

12. 12. Quais os momentos da vida do seu clube em que participava ativamente? (assinale todas as opções que considere adequadas ao seu caso) \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Jogos de futebol e/ou modalidades
- Treinos abertos
- Assembleias gerais
- Eleições
- Eventos
- Nenhum

Outra:  \_\_\_\_\_

13. 13. Antes da interdição dos estádios, de que forma acompanhava os jogos de futebol do seu clube? (assinale todas as opções que considere adequadas ao seu caso) \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Rádio
- Televisão
- Internet
- Deslocações ao Estádio
- Não acompanho

Outra:  \_\_\_\_\_

14. 14. Antes da pandemia, qual a periodicidade com que assistia, presencialmente, a jogos do seu clube? \*

*Marcar apenas uma oval por linha.*

jogos	la a todos os	la a muitos	la a alguns	Não ia a
	jogos	jogos	jogos	jogos
Jogos em casa				
Jogos "fora de casa"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. 15. Que atitudes o caracterizam quando assiste, no estádio, a um jogo de futebol do seu clube? (assinale todas as afirmações com que se identifica) \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Assumo uma postura calma, sem interferir com o jogo
- Dou orientações para dentro do campo
- Manifesto-me contra os jogadores/treinador da minha equipa quando as coisas não estão a correr bem
- Grito com a equipa de arbitragem
- Canto para incentivar a equipa
- Não me identifico com nenhuma das anteriores

16. 16. Como adepto, participava em momentos de convívio nos dias em que o seu clube jogava? \*

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Sempre	Às vezes	Nunca
Antes do jogo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durante o jogo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Depois do jogo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. 17. Com quem costumava assistir aos jogos do seu clube no estádio? (assinale todas as opções que considere adequadas ao seu caso) \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Amigos
- Família
- Companheiro/a
- Vizinhos
- Colegas de trabalho
- Sozinho
- Não aplicável

Outra:  \_\_\_\_\_

18. 18. Identifique as duas melhores palavras que o definem como adepto. \*

Sobre si,  
como  
adepto...

Por favor, para cada afirmação que se segue, assinale a opção que expressa, o mais fielmente possível, a sua opinião. Não existem respostas certas ou erradas, o que importa é a sua sinceridade.  
Utilize a escala de 1 a 5, sendo que:  
1 - Discordo plenamente; 2 - Discordo; 3 - Não tenho opinião; 4 - Concordo; 5 - Concordo plenamente.

19. 19. Os resultados desportivos do meu clube influenciam o meu estado de espírito.  
\*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo plenamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo plenamente

20. 20. Faço do meu clube a minha vida. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo plenamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo plenamente

21. 21. Dedico uma grande parte dos meus sentimentos, pensamentos e ações ao meu clube. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo plenamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo plenamente

22. 22. O meu clube faz-me gerar amizades significativas. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo plenamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo plenamente

23. 23. Ser adepto é uma componente central na minha identidade social. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo plenamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo plenamente

24. 24. Ser adepto é um “escape” para os meus problemas. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo plenamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo plenamente

25. 25. Vejo o meu clube como a minha religião. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo plenamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo plenamente

26. 26. Sou capaz de fazer uma tatuagem permanente relacionada com o meu clube. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo plenamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo plenamente

27. 27. Sou capaz de poupar para conseguir gastar na minha vida enquanto adepto. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo plenamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo plenamente

28. 28. Sou capaz de alterar rotinas académicas/profissionais para estar presente na vida do meu clube. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo plenamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo plenamente

29. 29. Sou capaz de tomar decisões pessoais/familiares baseadas no calendário desportivo do meu clube. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo plenamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo plenamente

30. 30. Sou capaz de prejudicar uma amizade por causa do meu clube. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo plenamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo plenamente

31. 31. A pandemia COVID-19 e a consequente interdição de público nos estádios de futebol teve impacto no meu bem-estar. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo plenamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo plenamente

### Covid-19 e Futebol

32. 32. Concorda com a interdição de público nos estádios de futebol? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não
- Não tenho opinião

33. 33. De que forma a interdição de público nos estádios de futebol afetou o seu clube? \*

---

---

---

---

---

34. 34. De que forma a interdição de público nos estádios de futebol o afetou enquanto adepto? \*

---

---

---

---

---

Interdição de  
Público nos  
Estádios:  
Afetos  
Positivos e  
Negativos no  
Adepto

Gostaria de saber como se tem sentido ultimamente, como adepto do seu clube, desde que não pode assistir aos jogos do seu clube em estádios.  
A escala que se segue (PANAS; Watson et al., 1988) consiste num conjunto de palavras que descrevem diferentes sentimentos e emoções. Não há respostas certas ou erradas. O importante é que seja o mais sincero possível. Leia cada item e assinale a opção que melhor corresponde ao seu caso (adapt de Galinhas, I., & Ribeiro, J. L. P., 2005).

35. 35. Como adepto, desde que a interdição de público nos estádios de futebol está em vigor (desde março 2020), sinto-me... \*

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Nada	Pouco	Moderadamente	Bastante	Extremamente
Ativo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Angustiado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alegre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Assustado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Irritado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Confiante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desanimado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entusiasmado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agressivo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sociável	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nervoso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tranquilo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Revoltado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Surpreendido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Impaciente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ansioso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Solitário	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Satisfeito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saudável	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Interdição de  
Público nos  
Estádios:  
Bem-Estar no  
Adepto

Para completar a secção anterior e, partindo da escala de bem-estar Mental Health Continuum-Short Form (MHC-SF) proposta por Keyes (2009), adaptada para o contexto específico deste estudo, assinale a opção que melhor corresponde ao seu caso.

Tendo referência o último ano em que a pandemia COVID-19 ditou a interdição de público nos estádios de futebol, como avalia a frequência da FORMA DE SE SENTIR ENQUANTO ADEPTO DO SEU CLUBE, tendo em consideração as seguintes afirmações:

Escala: 1 - Nunca; 2 - Poucas vezes; 3 - Moderadamente; 4 - Muitas vezes; 5 - Sempre

36. 36. Sinto-me feliz. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

37. 37. Sinto-me satisfeito. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

38. 38. A minha vida tem uma direção ou significado. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

39. 39. A forma como a nossa sociedade funciona faz-me sentido. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

40. 40. Tenho alguma coisa importante para contribuir para a sociedade. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

41. 41. Pertença a uma comunidade. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

42. 42. Tenho tido experiências que me permitem crescer e tornar-me uma pessoa melhor. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

43. 43. Tenho relações amigáveis e de confiança com outras pessoas. \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

44. 44. Sinto-me confiante para pensar e exprimir as minhas próprias ideias e opiniões.

\*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

### Participação na 2ª Fase deste Estudo: Estádios com Público

45. 45. Gostaria de participar, numa segunda fase deste estudo, em que os estádios de futebol já pudessem receber público? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

Talvez

Futuro  
Contacto

Para participar na 2ª fase do estudo, a ocorrer quando os estádios de futebol reabrirem as suas portas de forma normalizada, facilite-nos o seu endereço de email.

46. 46. Escreva aqui o seu endereço de email.

**Apêndice B. Matriz de Categorização - Análise de conteúdo – “De que forma a interdição e público nos estádios de futebol afetou o seu clube?”**

ÁREA TEMÁTICA	METACATEGORIA	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADORES	FREQUÊNCIA
AFETAÇÃO	SIM	POSITIVAMENTE	GERAL	Creio que até beneficiou a equipa	3
				Ajudou a acalmar as críticas à direção	5
			RESULTADOS DESPORTIVOS	A nível de resultados foi positivo	3
		NEGATIVAMENTE	GERAL	Afetou totalmente a todos os níveis	7
				Drasticamente/Negativamente	10
				Bastante/Muito	27
				Todos os clubes de igual e proporcional forma	7
				Faltou a voz dos adeptos para com a direção	5
			FINANCEIRO	Financiarmente	40
			Diminuição das receitas	47	
			Monetariamente	11	
			Economicamente	9	
			RESULTADOS DESPORTIVOS / EMPENHO / RENDIMENTO	Desportivamente	15
			Piores resultados	62	
			Responsabilidade	1	
			Perderam motivação/confiança/força anímica/garra/mística/entrega/atitudes	45	
			Má época/classificação	10	
			Muitos dos jogadores são novos e não sentem o amor à camisola	6	
			Desempenho/rendimento/prestação/performance	36	
			Nível psicológico/emocional dos jogadores/equipa técnica	6	
			Afetou a equipa	9	
			APOIO DOS ADEPTOS	Os jogadores não sentem a nossa força/energia/entusiasmo/motivação	47
		Sem os adeptos parece que não há exigência/luta/pressão	20		
		Falta de apoio	125		
		O apoio presencial é um grande fator para um bom desempenho	8		
		Deixou de existir o fator casa	7		
		Faltou o 12º jogador	9		
		Afastamento da relação adeptos-equipa	7		
		Os adeptos fazem a diferença para ganhar jogos	3		
		A massa adepta dá vida/força ao clube	9		
		Habitados a uma presença humana/ambiente muito forte	8		
		Não há futebol sem adeptos	5		
		NÃO SEI / NEUTRO	Não sei/Não tenho noção	14	
Contra presidência e treinador	3				
Indiferente	2				
NÃO	Não	4			
Nada	3				
Total		638			

**Apêndice C. Matriz de Categorização - Análise de conteúdo – “De que forma a interdição e público nos estádios de futebol o afetou enquanto adepto?”**

ÁREA TEMÁTICA	METACATEGORIA	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	UNIDADES DE ANÁLISE	FREQUÊNCIA									
GRAU DE AFETAÇÃO	SIM AFETOU NEGATIVAMENTE	A NÍVEL GERAL	GRANDE IMPACTO	Muito	16									
				Negativamente	6									
				A todos os níveis	5									
			POUCO IMPACTO	Bastante	20									
				Pouco	19									
					<b>66</b>									
		AO NÍVEL DO APOIO À EQUIPA / JOGADORES	Deixei de conseguir mostrar o meu apoio/amor à equipa	58										
			Sem adeptos o futebol morreu/triste futebol sem adeptos	6										
			Não consigo ser o 12º jogador que a equipa precisa	1										
		A NÍVEL FAMILIAR	Aumentou o distanciamento entre o adepto e a instituição	14										
				<b>79</b>										
			Teve impacto no ambiente familiar	1										
		A NÍVEL DAS AMIZADES / SOCIAL	Deixei de estar com alguns familiares	2										
			Deixei de conseguir levar familiares ao futebol	1										
				<b>4</b>										
		A NÍVEL ESPECÍFICO	SIM AFETOU NEGATIVAMENTE	A NÍVEL ESPECÍFICO	SENTIMENTOS / EMOÇÕES	Falta dos momentos de convívio	54							
							<b>54</b>							
						Psicologicamente	7							
					A NÍVEL ROTINA, LAZER, PRESENÇA, GOSTO, IMPOSIÇÕES DA PANDEMIA	SIM AFETOU NEGATIVAMENTE	A NÍVEL ESPECÍFICO	SENTIMENTOS / EMOÇÕES	Menos interesse/acompanhamento/mais distante/desligado/indiferente	31				
									Saudades de ir ao estádio/assistir aos jogos	26				
									Sinto falta de ver jogos ao vivo/ambiente/espetáculo/festejos/vibração	36				
									Falta algo em mim/na minha vida/incompleto	10				
									Ansiedade	5				
									Desmotivado	1				
									Falta de emoção/apatia	5				
									Depressão	4				
									Emocionalmente	4				
									Menos alegre/feliz	9				
									Escape/fuga para abstrair dos problemas/fonte de distração/terapia	30				
									Paixão pelo futebol	4				
									Dou mais valor agora	1				
									A minha vida perdeu brilho/já não é a mesma coisa	4				
									Triste/abalado/angústia/desolado	18				
									Falta a mística/adrenalina nos dias de jogo	5				
									Estado de espírito	4				
									Sentimento de vazio	7				
									Revolta	1				
									A vida tornou-se mais aborrecida	3				
									Mentalmente	1				
									Saúde mental	2				
									Momentos difíceis/complicados	4				
									Impossibilidade de mostrar o meu descontentamento	1				
									Sentimento de impotência	4				
									Tirou uma parte da minha identidade	1				
									Mata por dentro	1				
									Deixei de ter um momento para expressar/libertar as minhas emoções	4				
									Sanidade/higiene mental	3				
									Impaciência	2				
									Perdi uma componente fulcral para o meu equilíbrio emocional	3				
									Perdi momentos de diversão/prazer	5				
									Empatia	1				
									Perdi o que mais me deixava feliz	2				
									Mais nervoso	3				
									Frustração	4				
									Incompreensão	1				
									Animicamente	2				
									Mau humor	2				
									Afetou o bem-estar	4				
									Desilusão	1				
									Deixei de conseguir descarregar energia	1				
									Tirou-me tudo	1				
										<b>268</b>				
									A NÍVEL ROTINA, LAZER, PRESENÇA, GOSTO, IMPOSIÇÕES DA PANDEMIA	SIM AFETOU NEGATIVAMENTE	A NÍVEL ESPECÍFICO	SENTIMENTOS / EMOÇÕES	Perdi a possibilidade de assistir aos jogos ao vivo/acompanhar o clube/estar presente	114
													Falta de democracia	1
													Quebra de rotina/tradição/estilo de vida	49
									A NÍVEL ROTINA, LAZER, PRESENÇA, GOSTO, IMPOSIÇÕES DA PANDEMIA	SIM AFETOU NEGATIVAMENTE	A NÍVEL ESPECÍFICO	SENTIMENTOS / EMOÇÕES	Poucos momentos de lazer/tempos mortos	7
Deixei de ser sócia	2													
Não consegui completar a minha coleção de camisolas	1													
	<b>174</b>													
NÃO SEI	SIM AFETOU NEGATIVAMENTE								A NÍVEL ESPECÍFICO	SENTIMENTOS / EMOÇÕES	...	6		
											Não sei	2		
												<b>8</b>		
NÃO AFETOU	SIM AFETOU NEGATIVAMENTE								A NÍVEL ESPECÍFICO	SENTIMENTOS / EMOÇÕES	Nenhuma	9		
											Não afetou	25		
											Nada	19		
	<b>53</b>													
TOTAL DE UNIDADES DE ANÁLISE CATEGORIZADOS									<b>706</b>					