



Universidades Lusíada

Cabrita, Túlia Rute Maia, 1972-

O adepto desportivo : perspectiva teórica sobre a identidade de fã

<http://hdl.handle.net/11067/1713>

<https://doi.org/10.34628/feq1-ya46>

Metadados

Data de Publicação	2015
Resumo	Não existem equipas desportivas ou atletas sem que existam adeptos, pessoas que pelas mais diferentes motivações os seguem ferverosamente. A literatura tem apontado a identidade de fã como um dos determinantes explicativos deste comportamento. Por identidade de fã entende-se a 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. Apresenta-se uma revisão teórica sobre a ...
Palavras Chave	Desporto - Aspectos sociais, Espectadores de desporto - Psicologia
Tipo	article
Revisão de Pares	Não
Coleções	[ULL-FCEE] LEE, n. 19 (2015)

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-09-21T05:18:37Z com informação proveniente do Repositório

**O ADEPTO DESPORTIVO:
PERSPECTIVA TEÓRICA SOBRE A IDENTIDADE DE FÃ**

Túlia Cabrita
Universidade Lusíada de Lisboa

Resumo: Não existem equipas desportivas ou atletas sem que existam adeptos, pessoas que pelas mais diferentes motivações os seguem ferverosamente. A literatura tem apontado a identidade de fã como um dos determinantes explicativos deste comportamento.

Por identidade de fã entende-se a 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.

Apresenta-se uma revisão teórica sobre a identidade de fã, a sua construção e relação com diferentes fatores contextuais e pessoais do indivíduo, bem como impactos positivos e negativos na vida dos adeptos.

Palavras-chave: identidade de fã; antecedentes; determinantes; tipos de fãs.

Abstract: There are no sports teams or athletes without supporters, people who for the most different reasons follow them with devotion. The literature has pointed to a fan's identity as one of the determinants for this behavior.

Fan identity means the extent to which the subject sees the team as a representation of himself, devoting a large part of their thoughts, feelings and actions to a favorite team or athlete.

We present a theoretical review on the identity of the fan, its construction and relationship between different contextual and individual factors, as well as positive and negative impacts on the lives of fans.

Key-words: fan identity; background; determinants; types of fans.

1. O adepto desportivo: uma revisão teórica sobre a identidade de fã

Compreender os fatores que influenciam as pessoas a assistirem a eventos desportivos (Jogos Olímpicos, ligas desportivas) e a venerarem determinadas equipas ou atletas, é um assunto que tem interessado os investigadores do contexto desportivo (Cunningham & Know, 2003; Chen, 2010). Branscombe e Wann (1991), defendem que ser um fã desportivo permite ao indivíduo fazer parte do jogo, sem necessariamente ter que ter competências e habilidades desportivas especiais; não requer uma idade ou determinado estatuto socioeconómico. Ser fã permite ao sujeito ter um sentimento de pertença pelos benefícios percebidos de camaradagem, comunidade, solidariedade, aumento da autoestima e prestígio social (Goldstein, 1989). O sentimento de pertença parece ser experimentado, como um sentimento de união, como resultado da partilha das vitórias e derrotas da sua equipa com outros que têm os mesmos interesses desportivos (Branscombe & Wann, 1991). O fã acredita, ainda, que a sua equipa desportiva é uma componente central da sua identidade social (Theodorakis, Wann, Carvalho & Sarmento, 2010).

Os estudos realizados apresentam a identidade, o seu desenvolvimento e os seus processos subjacentes como uma das possíveis variáveis explicativas deste fenómeno (Jacobson, 2003).

A identidade é objeto de desenvolvimento durante todo o ciclo de vida, sendo definida através da compreensão que a pessoa tem de si própria e do seu lugar no mundo, e ainda, confere ao indivíduo um sentimento de unidade e continuidade histórica (Erikson, 1968). Na base do desenvolvimento da identidade do indivíduo estão motivos como a autoestima, o sentido de pertença e o significado pessoal construído (Vignoles, Gollidge, Regalia, Manzi, & Scabini, 2006), sendo a identidade influenciada por fatores pessoais (identificação com os outros, personalidade, interesses) e por fatores culturais (Erikson, 1968; Chickering & Reisser, 1993). Assim, as pessoas definem a sua identidade em função dos grupos sociais a que pertencem (Hogg & Vaughan, 2010), pois a identidade é dinamicamente construída através da pessoa em contexto (Oyserman, 2009).

Os fãs alicerçam a sua identidade no conjunto dos significados pessoais e culturais que derivam das suas experiências com o desporto, sentem as equipas ou os atletas como uma extensão da representação de si próprios (Wann, Melnick, Russel & Pease, 2001). Os fãs são reconhecidos por serem pessoas que pensam e conversam sobre o desporto, mesmo que não estejam a observar ou a escutar um determinado evento desportivo (Spinrad, 1981). Facto este, realizado de uma forma

ardente, devota e com um excessivo entusiasmo (Anderson, 1979). Quando se referem à sua equipa favorita utilizam o pronome pessoal “nós”. Por exemplo, após um jogo desportivo, os adeptos vão dizer “nós jogamos bem”, independentemente de a sua equipa ter vencido ou perdido esse jogo (Bizman & Yinon, 2002).

2. Identidade de fã

A identidade constrói-se na relação com os outros, num determinado contexto, assim, a necessidade de pertença a um grupo, leva os aficionados do desporto a identificarem-se com uma equipa ou com um atleta (Wann, Melnick, Russell & Pease, 2001), o que lhes permite um processo de categorização social e pessoal (Gwinner & Swanson, 2003). Assim, a identidade de fã, define-se pela extensão na qual os sujeitos se percebem como fãs de uma equipa, se envolvem com a equipa e com o seu desempenho vendo a equipa como uma representação de si próprios (Bouchet, Bodet, Bernache-Assolant & Kada, 2011). Por exemplo, um sujeito com elevada identidade de fã vai reagir a uma injustiça em relação à sua equipa favorita como se a mesma tivesse sido dirigida a si, pois quanto mais elevado for a sua identificação, o sujeito poderá adotar as atitudes e comportamentos da sua equipa como seus. A identidade é caracterizada pela “paixão de fã”, que é definida pelo grau com que o sujeito devota o seu coração, alma, pensamento ao objeto da sua paixão, neste caso a sua equipa ou atleta favorito, a identidade sai reforçada pela presença de outros com a mesma paixão (Jacobson, 2003). O fã apresenta também uma elevada cultura desportiva, dominando assuntos como estatísticas desportivas, história do desporto, tática desportiva e informação sobre jogadores ou equipas desportivas (Rahmati, Kabiri & Momtaz, 2014).

A investigação realizada, indica que fãs com elevados níveis de identidade apresentam maior probabilidade de assistir a jogos desportivos, gastar mais dinheiro pelos bilhetes dos jogos e comprar produtos de *Merchandising* da sua equipa (Madrigal, 1995; Wann & Branscombe, 1993), os fãs procuram, desta forma, reafirmarem o seu sentido de grupo e de pertença através de situações que reforcem esta identidade (Cohen & Garcia, 2005).

Os maiores determinantes para ser um fã desportivo estão relacionados com os benefícios percebidos através do desporto e podem ser: sentido de pertença, identidade, autoestima, excitação e divertimento, prazer e divertimento e o envolvimento (Chen, 2010).

A identificação com a equipa parece ser um modelador intenso do comportamento dos espectadores e das reações antes, durante e após as competições (Bouchet, Bodet, Bernache-Assollant, & Kada, 2011). Por exemplo, Hu & Tang (2010) identificaram que durante o visionamento de jogos, o aumento das emoções experimentadas pelos participantes afetavam positivamente a sua identidade. Outros estudos indicam que elevada identidade de fã também se encontra associada a baixos níveis de solidão e depressão e a elevados níveis

de traços de personalidade como a abertura à experiência, conscienciosidade e extroversão (Wann, Dimmock & Grove, 2003; Wann, Dunham, Byrd & Keenan, 2004).

Identificar-se com grupos de valor social conduz a um aumento das redes sociais o que pode fornecer suporte psicológico, validando a ideia de que existem potenciais benefícios sentidos pelos fãs como resultado do sentimento de grupo e da identificação com outros (Crawford, 2004; Wann, Waddill, Polk & Weaver, 2011). Assim, existe um incremento da identidade social do sujeito ao identificar-se com equipas e atletas de sucesso.

Outros dois fatores importantes para compreender a identidade são a lealdade e a socialização. A lealdade do fã desportivo é um dos fatores determinantes do desejo do fã de ver um determinado jogo e pode ser estabelecida pelo conhecimento das características de personalidade do fã. Por outro lado, a socialização do fã desportivo relaciona-se com a forma como os indivíduos aprendem os valores, crenças, atitudes e normas de fãs desportivos pelos agentes de socialização (Chen, 2010). Os agentes desta socialização são a família, os pares, a escola e a comunidade (Mohammadd, Kabiri & Momtaz, 2014).

3. Tipos de fãs

Nos últimos 10 anos, o fenómeno de globalização e diversificação dos eventos desportivos promoveu também o surgimento de novos tipos de espectadores com diferentes tipos background social, idade, género e etnia. Um exemplo desse fenómeno é o aumento de mulheres em grandes eventos desportivos como o FIFA World Cup. (Bouchet, Bodet, Bernache-Assollant, & Kada, 2011).

Os resultados das investigações neste campo permitiram caracterizar os espectadores em 4 tipos: oportunista, estético, suporte e interativo (tabela1).

Tabela 1 - Quatro Tipos Perfis de Espectador Desportivo
(Bourgeon & Bouchet, 2001)

Tipo de Espectador	Definição
Oportunista	Comportamento expresso de forma neutra com algum suporte demonstrado pelo movimento coletivo. Participação está relacionada com a expectativa de receber benefícios de recompensas positivas.
Estético	Comportamento orientado pela qualidade, beleza, performance excepcional, desportivismo, e o drama e teatralidade da intensidade do espetáculo.
Suporte	Comportamento caracterizado pelo grau de suporte aos jogadores. Fãs querem ter o sentimento de ser coprodutor mostrando uma presença física e vocal de superioridade.
Interativo	Comportamento é orientado para o divertimento e partilha emocional em reação aos objetos ou às ações das pessoas.

Estudos realizados sobre a diferença de género em relação aos motivos que movem homens e mulheres a eventos desportivos apontam: as mulheres valorizam mais a lealdade, suporte social, responsabilidade social e altruísmo, socialização, voluntariado e igualdade através do desporto; os homens, por seu lado, valorizam mais os níveis de ativação, afiliação a grupos, estimulação do divertimento, interesse na competição (Chen, 2010).

Na linha da globalização do desporto, surgiu associado a este fenómeno o turista de eventos desportivos. Este fã é um espectador desportivo ou participante que viaja para assistir ou participar em eventos como os Jogos Olímpicos, jogos da liga profissional e por ai fora (Chen, 2010).

4. O lado escuro de ser fã

Um outro tópico que tem interessado os investigadores do comportamento dos fãs, é o facto de que alguns dos indivíduos altamente identificados com as suas equipas ou atletas podem apresentar elevados níveis de agressividade.

Por comportamento agressivo entende-se qualquer forma de comportamento com o objetivo de prejudicar ou ferir outro ser vivo que está motivado para evitar tal procedimento e compreende-se em dois tipos de agressividade, a hostil e a instrumental. A agressão hostil é manifestada com a intenção direta de ferir alguém, por exemplo o fã poderá agredir verbalmente o árbitro ou atirar objetos para dentro do campo como descarga afetiva da sua raiva, pois está zangado com o árbitro e o quer agredir violentamente; na agressão instrumental, a intenção direta não é magoar, mas sim através desse comportamento conseguir uma meta, como por exemplo a vitória da sua equipa, assim, pode agredir verbalmente o árbitro com o intuito de aumentar a possibilidade de a sua equipa ter sucesso. O tipo de agressão instrumental parece ser inicialmente mais aceitável, pois é das mais observadas no contexto desportivo (Donahue & Wann, 2009; Silva, 1980; Wann, Carlson, Schrader & Michael, 1999; Wann, Schrader & Carlson, 2000).

Alguns fatores explicativos do comportamento de agressão por parte dos fãs parecem ter na sua génese, fatores como baixa autoestima, aprendizagem social, consumos de álcool e drogas e identificação com a sua equipa. Assim, um fã altamente identificado com a sua equipa parece poder ter mais probabilidade em se envolver em comportamentos de agressão e antissociais, ou seja, de adquirirem comportamentos disfuncionais (Donahue & Wann, 2009; Stott, Adang, Livingstone & Schreiber, 2007).

O resultado desportivo afeta a identidade do sujeito, pessoas altamente identificadas com as suas equipas percebem a sua equipa como uma representação de si próprias. Assim, quando o resultado ou a performance da sua equipa é pobre, poderão sentir a sua identidade e o seu valor pessoal ameaçado. Esta ameaça percebida pode desencadear comportamentos hostis por parte do indivíduo. Para além deste comportamento, pode também realizar processos

atribuicionais, no sentido de proteger a sua autoestima, por exemplo, se a equipa perder ele irá justificar com a má performance do árbitro (Jacobson, 2003; Sousa, Rosado & Cabrita, 2008; Wann & Grieve, 2005).

5. Conclusão

Sujeitos com elevada identificação com a sua equipa ou atleta, vão estabelecer uma relação duradora e robusta com os mesmos, direcionando os seus pensamentos, ações e sentimentos para tudo o que se relaciona com essa dimensão da sua vida. Adquirem hábitos, compram equipamentos e dominam todos os assuntos sobre a sua equipa, devido ao elevado envolvimento pessoal, sentimento de pertença e prestígio percebido por fazerem parte desse grupo (Crawford, 2004; Hu & Tang, 2010; Jacobson, 2003; Wann, Waddill, Polk & Weaver, 2011). Acreditam que a equipa é uma representação de si e, por isso, atribuem características da sua equipa ao seu *self*. O fenómeno de vinculação dos fãs a uma equipa é de tal forma enigmático que Wann, Melznick, Russel & Pease (2001) fazem a seguinte comparação: as semelhanças entre os fãs do desporto e a religião são impressionantes considerando o vocabulário associado a ambos: fé, devoção, envolvimento, ritual, dedicação, sacrifício, compromisso, espírito, sofrimento, festival e celebração.

Esta relação de exclusividade mantida entre o adepto e a sua equipa tem demonstrado desencadear, tanto dimensões positivas como negativas no indivíduo. Assim, destacam-se, por um lado, o aumento da qualidade de vida pelo sentimento de pertença e identificação a um grupo, e o contributo que esta vinculação tem para que sujeito estabeleça redes e mantenha ligações sociais (Branscombe & Wann, 1991). Por outro, encontra-se associações a comportamentos negativos e disfuncionais como a elevada agressividade desencadeada por esses processos de identificação (Wann, Schrader & Carlson, 2000).

Embora bastante perscrutada pelos investigadores internacionais, foi encontrada escassa literatura em relação à população portuguesa. Seria de interesse, quer para os investigadores do contexto desportivo, quer para os profissionais do desporto a pesquisa sistemática deste tema, tendo em conta o impacto social que o fenómeno desportivo têm na população portuguesa. A elevada participação de adeptos em ligas e campeonatos nacionais, campeonatos do mundo e europeus, ou mesmo para com os Jogos Olímpicos é um exemplo do comportamento. Assim, espera-se com a apresentação deste tema, despertar o interesse dos investigadores portugueses para a compreensão e explicação dos fatores determinantes da identidade de fã e das suas consequências, em áreas como a vida familiar, profissional, escolar, entre outras.

6. Referências

- Bizman, A., & Yinon, Y. (2002). Engaging in distancing tactics among sports fans: Effects on self-esteem and emotional responses. *The Journal of Social Psychology, 142*(3), 381-392.
- Branscombe, N., & Wann, D. (1991). The positive social and self-concept consequences of sports team identification. *Journal of Sport and Social Issues, 15*(2), 115-127.
- Chen, Po-Ju. (2010). Differences between male and female sport event tourists: A qualitative study. *International Journal of Hospitality Management, 29*, 277-290.
- Chickering, A., & Reisser, L. (1993). *Education and identity (2nd ed.)*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Cohen, G., & Garcia, J. (2005). I am us: Negative stereotypes as collective threats. *Journal of Personality and Social Psychology, 89*, 566-582.
- Crawford, G. (2004). *Consuming sport: Fans, sport and culture*. New York: Routledge.
- Cunningham, G., & Kwon, H. (2003). The theory of planned behavior and intentions to attend a sport event. *Sport Management Review, 6*, 127-145.
- Erikson, E. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York: Norton.
- Oyserman, D. (2009). Identity-based motivation: implications for action-readiness, procedural-readiness, and consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology, 19*, 250-260.
- Goldstein, J. (1989). *Sports, games and play*. Hillsdale, NJ: Laurence Earlbaum
- Hogg, M., & Vaughan, G. (2010). *Essentials of social psychology*. Edinburgh: Person Education Limited.
- Hu, A., & Tang, L. (2010). Factors motivating sports broadcast viewership with fan identification as a mediator. *Social Behavior and Personality, 38*(5), 681-690.
- Jacobson, B. (2003). The social psychology of the creation of sport fan identity: A theoretical review of the literature. *Athletic Insight, 5*(2), 1-14.
- Madrigal, R. (1995). Cognitive and affective determinants of fan satisfaction with sporting event attendance. *Journal of Leisure Research, 27*, 205-227.
- Rahmati, M., Kabiri, S., & Momtaz, O. (2014). The investigation of institutional factors on the sport role socialization and sport fandom components. *Journal of Applied Sciences Research, 10*(3), 156-164.
- Silva, J. M. (1980). *Understanding aggressive behavior and its effects upon athletic performance*. In W. F. Straub (Ed.), *Sport psychology: An analysis of athlete behavior* (pp. 177-186). Ithaca, NY: Movement.
- Sousa, P., Rosado, A., & Cabrita, T. (2008). Análise das atribuições causais do sucesso e do insucesso na competição, em função do nível competitivo dos futebolistas portugueses. *Psicologia: Reflexão e Crítica, 21*(2), 203-211.
- Stott, C., Adang, O., Livingstone, A., & Schreiber, M. (2007). Variability in the collective behavior of England fans at Euro2004: "Hooliganism", public order policing and social change. *European Journal of Social Psychology, 37*, 75-100.
- Theodorakis, N., Wann, D., Carvalho, M., & Sarmiento, P. (2010). Translation and

- initial validation of the Portuguese sport spectator identification scale. *North American Journal of Psychology*, 12(1), 67-80.
- Vignoles, V., Gollidge, J., Regalia, C., Manzi, C., & Scabini, E. (2006). Beyond self-esteem: influence of multiple motives on identity construction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(2), 308-333.
- Wann, D., & Branscombe, N. (1993). Sports fans: Measuring degree of identification with their team. *International Journal of Sport Psychology*, 24, 1-17
- Wann, D., Carlson, D., & Schrader, M. (1999). The impact of team identification on the hostile and instrumental aggression of sport spectators. *Journal of Social Behavior & Personality*, 14(1), 886-1641.
- Wann, D., Dimmock, J., & Grove, J. (2003). Generalizing the team identification-psychological health model to a different sport and culture: The case of Australian rules football. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 7, 289-296.
- Wann, D., Dunham, M., Byrd, M., & Keenan, B. (2004). The five-factor model of personality and the psychological health of highly identified sport fans. *International Sports Journal*, 8, 28-36
- Wann, D., & Grieve, F. (2005). Biased evaluations of in-group and out-group spectator behavior at sporting events: their importance of team identification and threats to social identity. *The Journal of Social Psychology*, 145(5), 531-545.
- Wann, D., Melznick, M., Russel, G., & Pease, D. (2001). *Sport fans: The psychology and social impact of spectators*. New York: Routledge.
- Wann, D., Schrader, M., & Carlson, J. (2000). The verbal aggression of sport spectators: A comparison of hostile and instrumental motives. *International Sports Journal*, 4(2), 56-63.
- Wann, D., Waddill, P., Polk, J., & Weaver, S. (2011). The team identification-social psychological health model: Sport fans gaining connections to others via team sport team identification. *Group Dynamics: theory, Research, and Practice*, 15(1), 75-89.