

Educação Física

PEDRO RIBEIRO CAMPI

**PÚBLICO PRESENTE E AUSENTE: UMA
REVISÃO DA PSICOLOGIA DO ESPORTE SOBRE
O EFEITO DA TORCIDA NA MOTIVAÇÃO DOS
ATLETAS**



Rio Claro - SP
2023

PEDRO RIBEIRO CAMPI

PÚBLICO PRESENTE E AUSENTE: UMA REVISÃO DA PSICOLOGIA DO ESPORTE SOBRE O EFEITO DA TORCIDA NA MOTIVAÇÃO DOS ATLETAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto de Biociências da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Câmpus de Rio Claro, para obtenção do grau de Licenciado em Educação Física.

Orientador: Prof. Dr. Afonso Antonio Machado

Co-orientador: Prof. Me. Fernando de Lima Fabris

Rio Claro -SP

2023

C196p Campi, Pedro Ribeiro
PÚBLICO PRESENTE E AUSENTE: UMA REVISÃO DA PSICOLOGIA DO
ESPORTE SOBRE O EFEITO DA TORCIDA NA MOTIVAÇÃO DOS ATLETAS
/ Pedro Ribeiro Campi. -- Rio Claro, 2023
31 p. : il., tabs., 2 v.

Trabalho de conclusão de curso (Licenciatura - Educação Física) -
Universidade Estadual Paulista (Unesp), Instituto de Biociências, Rio Claro
Orientador: Afonso Antonio Machado
Coorientador: Fernando Lima Fabris

1. Futebol brasileiro na pandemia. 2. Influência da torcida no futebol. 3.
Motivação em atletas de futebol. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca do Instituto de Biociências, Rio Claro. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

PEDRO RIBEIRO CAMPI

PÚBLICO PRESENTE E AUSENTE: UMA REVISÃO DA
PSICOLOGIA DO ESPORTE SOBRE O EFEITO DA TORCIDA
NA MOTIVAÇÃO DOS ATLETAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Instituto de Biociências da Universidade Estadual
Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Câmpus de
Rio Claro, para obtenção do grau de Licenciado
em Educação Física.

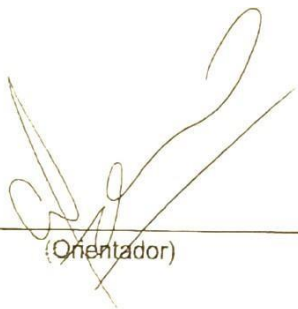
BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Afonso Antônio Machado
Prof. Me. Fernando de Lima Fabris Fabris
Prof. Dr. Adalgisio Coscrato Cardozo
Prof. Me. Bruna Feitosa de Oliveira

Aprovado em: 06 de julho de 2023



(Coorientador)



(Orientador)



Discente

PÚBLICO PRESENTE E AUSENTE: UMA REVISÃO DA PSICOLOGIA DO ESPORTE SOBRE O EFEITO DA TORCIDA NA MOTIVAÇÃO DOS ATLETAS

RESUMO

A motivação é sem dúvida muito importante para o desenvolvimento de tarefas, não só para atividades desportivas, mas para qualquer pessoa que tenha tarefas a realizar. Em atletas de futebol profissional a motivação pode ser um fator importante para seu rendimento, sendo a torcida um importante instrumento motivador. Através da motivação, a performance de um atleta pode ser influenciada. Objetivo: o objetivo deste estudo foi analisar a influência da torcida no rendimento de atletas profissionais de futebol e futsal, além de como ela influencia na própria motivação e nos aspectos emocionais do atleta. Para o presente estudo, foi realizada uma pesquisa baseada em uma revisão bibliográfica e documental do tema, esclarecendo e apresentando resultados que proporcionam fundamentos para a obtenção de informações relevantes e esclarecedoras, pois a motivação e o rendimento não dependem exclusivamente do fator torcida. Com base nas referências e resultados obtidos neste trabalho, pode-se concluir que a presença de público nos estádios, principalmente da torcida à favor, pode influenciar diretamente de maneira positiva na motivação e performance dos atletas.

Palavras-chave: Torcida, Motivação, Psicologia do Esporte.

AUDIENCE PRESENT AND AWAY: A REVIEW OF THE PSYCHOLOGY OF SPORT ON THE EFFECT OF FANS ON THE MOTIVATION OF ATHLETES

ABSTRACT

Motivation is undoubtedly very important for the development of tasks, not only for sports activities, but for anyone who has tasks to perform. In professional soccer athletes, motivation can be an important factor for their performance, and the crowd is an important motivating instrument. Through motivation, an athlete's performance can be influenced. Objective: the objective of this study was to analyze the influence of the crowd on the performance of professional soccer and futsal athletes, as well as how it influences the athlete's own motivation and emotional aspects. For the present study, a research was carried out based on a bibliographic and documentary review of the subject, clarifying and presenting results that provide grounds for obtaining relevant and clarifying information, since motivation and performance do not depend exclusively on the crowd factor. Based on the references and results obtained in this work, it can be concluded that the presence of the public in the stadiums, mainly the supporters, can directly influence in a positive way the motivation and performance of the athletes.

Keywords: Twisted, Motivation, Sport Psychology

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. OBJETIVO	9
3. JUSTIFICATIVA.....	10
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	11
5. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	12
5.1 Motivação	12
5.2 Torcida e Comportamento do Torcedor.....	15
5.3 Torcedores tradicionais/quentes: fanáticos.....	17
5.4 Torcedores tradicionais/frios: seguidores	18
5.5 Torcedores quentes/consumidores: fãs.....	19
5.6 Torcedores frios/consumidores: flâneurs	19
5.7 Comparação das identidades	20
5.8 Desempenho dos times mandantes no período pré, durante e pós pandemia	20
5.9 Entrevista com atletas	22
6. CONCLUSÃO	27
REFERÊNCIAS.....	28

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Médias das dimensões da motivação	14
Figura 2. Níveis torcedores	17
Figura 3. Torcida numerosa em relação à motivação. Foram entrevistados jogadores em relação a sua motivação quanto ao tamanho da torcida	24
Figura 4 - Torcida com poucos integrantes em relação à motivação. Foram entrevistados jogadores em relação a sua motivação quanto ao tamanho da torcida	24
Figura 5 - Torcida a favor em relação à motivação. Foram entrevistados jogadores em relação a sua motivação quando a torcida está a favor	25

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1. Jogos do Clubes de Regatas Flamengo em casa	21
Tabela 2. Jogos do Sport Club Corinthians Paulista em casa	21
Tabela 3. Jogos da Sociedade Esportiva Palmeiras em casa.....	21
Tabela 4. Dados referentes a tempo de profissão e posição de cada jogador do time	23

1. INTRODUÇÃO

O futebol pode ser considerado como uma das paixões mundiais, principalmente quando se trata de Brasil, que é notório o quanto o engajamento da mídia para divulgação dessa modalidade é diária, seja este em programas esportivos ou em telejornais, e quando se trata de paixão mexe com a emoção dos adeptos a esse esporte. Murray (1983, p.114) afirma que “um motivo é um fator interno que dá início, dirige e integra o comportamento de uma pessoa”, já para Sage (1977), a motivação pode ser definida como a direção e intensidade de nossos esforços

Os psicólogos do esporte e do exercício podem considerar a motivação a partir de diversos pontos de vista específicos, como a motivação para realização, motivação na forma de estresse competitivo, motivação intrínseca e extrínseca. Sendo assim, nosso foco não será explicitar cada uma delas, mas, relacioná-la de modo geral com a presença de público nos estádios e seus efeitos no desempenho dos atletas (WEINBERG; GOULD 2017).

Segundo Chung (1998) todos os estímulos externos resultam em pensamentos, reações e comportamentos correspondentes ao significado que está sendo filtrado em relação a determinado evento, a partir desta afirmação, o grande crescimento de torcedores nos estádios é algo que chama atenção. O fato é que estas pessoas, sejam torcedores ou apenas admiradores do esporte, podem interferir no rendimento e na motivação dos atletas.

Couto Junior et. al. (2007), afirma que a maioria dos atletas relata que a torcida a favor interfere positivamente em seu rendimento, elevando o nível de motivação e de autoconfiança, o que tende a resultar em um melhor desempenho. Em contrapartida, nos anos de 2019 e 2020, o público nos estádios foi proibido pelo Ministério Público devido a Pandemia do Covid 19, através de uma revisão de estatísticas feita pelo STORTI (2021), repórter do site esportivo Globoesporte.com, pode-se observar uma queda de aproveitamento como mandante na maioria dos clubes brasileiros, este fato será relacionado com pesquisas observacionais e testes realizados com jogadores de futebol, questionados sobre seus aspectos motivacionais e emocionais com ou sem presença da torcida.

Portanto, serão apresentados e discutidos trabalhos e artigos sobre como os jogadores reagem diante da presença da torcida nos estádios, o qual será observado aspectos psicológicos que possam interferir no desempenho. A partir destes achados,

relacionar como a motivação interfere no resultado esportivo das equipes e como a torcida se envolve neste aspecto.

2. OBJETIVO

O objetivo principal deste estudo será observar as relações do público/torcida no rendimento e motivação de atletas de futebol e futsal, de modo a identificar suas possíveis causas e intervenções.

3. JUSTIFICATIVA

A torcida pode ser observada como um sujeito subjetivo na interferência de fatores psicológicos, sociais, culturais e emocionais, e que passam a exercer certa influência no desempenho de atletas em equipes de futebol, isso destacado pelo fato que cada pessoa irá reagir de forma diferente para cada situação externa. O que torna cada vez mais difícil mensurar de forma precisa as relações da torcida com os jogadores. Com isso, justifica-se o estudo dessa temática para um melhor entendimento sobre as novas relações de interferência da torcida nas partidas de futebol e no desempenho de jogadores, principalmente com a volta do público aos estádios pós COVID-19.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo será baseado no método com caráter de revisão bibliográfica e documental, descrito por Thomas e Nelson (2002) como uma maneira adequada de apresentarmos maior aprofundamento acerca de uma temática, selecionando materiais de cunho científico e outros conteúdos, principalmente por meio de artigos, teses de doutorado, dissertações de mestrado, livros, filmes, jornais, revistas reportagens, tanto utilizando o meio físico quando o eletrônico.

A pesquisa contará com a seleção de conteúdos por meio de sites eletrônicos e periódicos/plataformas de busca como o LILACS, PubMed, Google Acadêmico e Scielo, bem como livros/autores clássicos da psicologia do esporte, reportagens em meios renomados e confiáveis, buscando maior aprofundamento sobre o tema aqui retratado. É válido ressaltarmos que os materiais podem abordar conteúdo em inglês, português ou espanhol.

Assim, espera-se que o presente estudo possua maior embasamento por meio de materiais fidedignos, contribuindo com maior aprofundamento e compreensão acerca da temática da pesquisa, facilitando o alcance dos objetivos previamente traçados.

5. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

5.1 Motivação

A motivação pode ser definida como a força que direciona um indivíduo a realizar determinada ação ou a se engajar em determinado esporte. Para alguns psicólogos da área esportiva, ela pode ser vista de diferentes maneiras, na forma de estresse competitivo ou realização e motivação intrínseca e extrínseca, todas formando uma perspectiva geral de motivação. (WEINBERG; GOULD, 2001).

Para Samulski (2002), a motivação é quando o indivíduo inicia uma ação, esta ação pode estar ligada a fatores pessoais (intrínsecos) como perder peso, levantar mais carga, estabelecer metas, ou ela pode estar ligada a fatores ambientais (extrínsecos) como ganhar dinheiro, sucesso, fama, títulos, etc.

A Teoria da Autodeterminação (DECI; RYAN, 1985; 2000; RYAN; DECI, 2000) é uma das principais teorias que explicam a motivação no esporte. Segundo essa teoria, a motivação pode ser dividida em três tipos: motivação intrínseca, motivação extrínseca e amotivação. A motivação intrínseca é aquela que surge a partir do próprio interesse e satisfação pessoal do indivíduo em relação à atividade esportiva. Já a motivação extrínseca é aquela que surge a partir de fatores externos, como recompensas ou pressões sociais. A amotivação, por sua vez, é a falta de motivação para realizar determinada atividade. (WEINBERG; GOULD, 2001).

Segundo Fonseca (1995) e Zanetti, Lavora e Machado (2008), a motivação é como uma estrutura que orienta e reforça o comportamento, sendo assim, a motivação é um elemento essencial para que os atletas sigam as orientações do treinador e realizem os treinos diários. Scalon (1998) afirmou que as pessoas têm motivos diferentes para participar de atividades físicas ou esportivas, e que esses motivos às vezes se complementam, enquanto outros podem ser conflitantes. Outros autores abordam esse tema de uma perspectiva mais específica, relacionando-o com a prática de alguma atividade física, propondo o seguinte conceito:

“a motivação é produto de um conjunto de variáveis sociais, ambientais e individuais que determinam a eleição de uma modalidade física ou esportiva e a intensidade da prática dessa modalidade, que determinará o rendimento” (AENDRIA, et al. 2011, p.14).

Para Weinberg e Gould (2017), no esporte e no exercício, as dimensões da teoria da Autodeterminação se relacionam à tomada de decisão dos atletas, motivação deles, fornecimento de feedback, estabelecimento de relações interpessoais e direcionamento da equipe com confiança. Sabendo dessas informações, caberá ao treinador estimular o treinamento psicológico que proporcionará ao atleta o aprendizado, a retenção e os aprimoramentos psicofísicos necessários para o alcance de bons resultados na competição. Além disso, ele possibilita o aprendizado e o aprimoramento das habilidades cognitivas. Estas habilidades incluem a motivação, um fator chave no desenvolvimento do interesse e autoestima de um atleta. (AENDRIA, et al. 2011, p. 8) (BECKER JR., 2002 apud MONTEIRO; SCALON, 2008).

Gomes (2006) sugere que para que os resultados façam sentido é necessário que os treinadores tenham consciência do motivo que leva os atletas à prática desportiva. Porém, é importante ressaltar que nem sempre um alto nível de motivação deixa um atleta em vantagem sobre o outro. Às vezes, o excesso de motivação pode ter consequências indesejadas para o desempenho. Cada atleta possui um nível diferente de motivação, ansiedade e performance, sendo assim, reagem de diferentes maneiras

Para melhor compreensão do tema, será apresentada uma pesquisa de característica descritiva, que segundo Arnal, Rincóns e Latorre (1991), busca compreender os fenômenos da maneira que eles aparecem no presente, quando o estudo é realizado, proporcionando orientações prévias para futuros trabalhos. Neste estudo (VOSER, R. DA C. et al, 2017) foram investigados 15 atletas profissionais de futebol de um clube de Porto Alegre. Foi utilizado um questionário criado por Gill, Gross e Huddleston (1983), composto de 30 questões que foram divididas em oito categorias: Status, Equipe, Forma física, Energia liberada, Habilidades, Amigos, Diversão e Outros. Estes itens foram avaliados numa escala tipo Likert de quatro pontos: 04. Extremamente Importante; 03. Bastante Importante; 02. Pouco Importante; 01. Nada Importante.

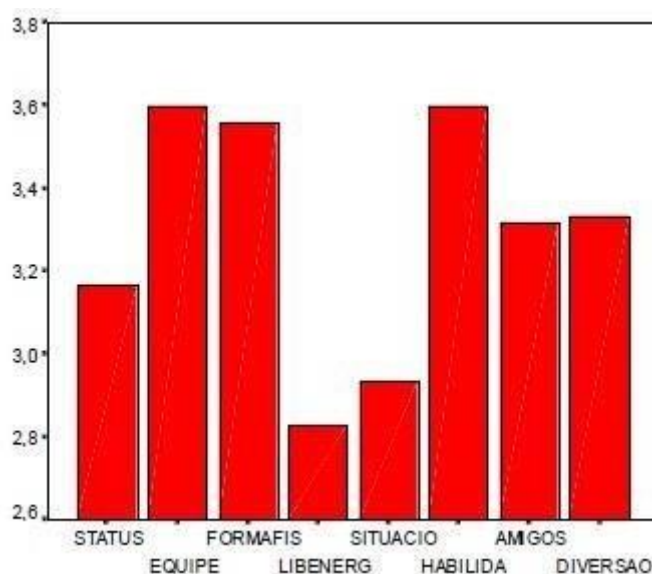


Figura 1 – Médias das dimensões da motivação (VOSER, et al. 2017)

Ao observar os dados do gráfico 1, é possível notar que os fatores mais relevantes e motivadores dos atletas de futebol são o aperfeiçoamento de suas habilidades, jogar em equipe e buscar uma melhor forma física. Estes resultados provavelmente se devem ao fato de que estes atletas são profissionais e jogam em clubes (pertencem a um grupo), o aperfeiçoamento das habilidades e a busca pela forma física ideal fazem parte do cotidiano desses jogadores.

Os atletas necessitam deste alto nível de motivação para conquistar resultados positivos, médias mais altas para estes fatores indicam que o grupo estudado tem como foco maior união e aprimoramento de suas habilidades. (VOSER, et al. 2017) Utilizando o mesmo questionário de Gill, Gross e Huddleston (1983), Mendes (2013) encontrou resultados parecidos, quando o autor aplicou o questionário em 30 atletas masculinos de futebol profissional em um time do interior de São Paulo, constatou-se que para os participantes desta pesquisa, o fator motivacional mais relevante é o “Aperfeiçoamento técnico”, seguido de “Atividade em grupo” e “Afiliação”, o autor aponta que estes resultados podem indicar tendências recorrentes em esportes coletivos de alto rendimento. Assim que se conhece os reais fatores motivacionais de uma equipe, é possível direcionar melhor o planejamento de treinamentos e assim aumentar a possibilidade de aderência e confiança dos jogadores à prática das atividades.

Vasconcelos-Raposo e Mahl, (2005) afirmaram que quando focamos a motivação de um atleta apenas nos resultados, o atleta tende a ficar em dúvida quanto

à sua capacidade e sucesso, o autor sugere para que os atletas mantenham-se motivados constantemente, mesmo sem vivenciarem uma situação de títulos, conquistas e glórias, pois seria mais adequado e produtivo para a equipe que os jogadores apresentassem mais empenho nas atividades e nos treinamentos.

A motivação de um atleta para realizar tarefas ou de ter sucesso não depende apenas da sua motivação de desempenho (desejo de se destacar), mas também da reputação de seu oponente e do interesse público do jogo. No entanto, diferentes motivações podem ser ativadas simultaneamente. Em alguns casos, elas podem ser antagônicas e trabalhar juntas para formar a força de motivação do presente. (BAKKER, WHITING E VAN DER BRUG, 1983).

Atletas, como qualquer ser humano, geralmente têm visões distorcidas sobre suas próprias ações. O feedback ajuda a desencadear sentimentos positivos ou negativos sobre si mesmo. De acordo com Williams (1991), um atleta insatisfeito com seu nível de desempenho e sem motivação para melhorar, pode experimentar a técnica da autossatisfação, esta técnica serve como um reforçador positivo que atua no momento em que o feedback recebido indica uma melhora, por exemplo, quando um jogador de futebol está com dificuldades em realizar determinado fundamento (passe, chute, domínio, drible), ao receber um feedback positivo em alguma de suas tentativas, o atleta tende a se sentir mais motivado para melhorar seu desempenho naquela atividade. O feedback objetivo de desempenho é uma técnica motivadora e instrumental que tem mostrado resultados altamente satisfatórios, ela deve apresentar uma identificação de ações e comportamentos específicos que têm extrema importância para o sucesso individual e coletivo.

5.2 Torcida e Comportamento do Torcedor

Como parte da revisão bibliográfica deste tópico, foi utilizado como base os estudos realizados por Taylor (1971) e Critcher (1979) sobre futebol e nas teorias de cultura corporal, os quais propõe quatro tipos ideais de identidades de torcedores: fanáticos, seguidores, fãs e flâneurs. Para buscar entender um pouco mais sobre os torcedores, o Estatuto do Torcedor é definido por toda pessoa que aprecie, apoie ou se associe a qualquer entidade de prática desportiva do País e acompanhe a prática de determinada modalidade esportiva. (Lei nº. 10.671, 2003).

O futebol notoriamente é considerado um dos esportes mais populares do mundo, o número de espectadores passou de 26 milhões em 2006 (ERNEST; TERCO, 2012) para mais 1 bilhão de pessoas, esse número foi alcançado durante a final da Copa do Mundo no Brasil, entre Alemanha e Argentina (CHADE, 2014). A popularidade do futebol vai além da classe burguesa e seus crescentes laços com corporações e outras instituições comerciais, porém a redução da capacidade dos estádios para comportar as novas “arenas” e com isso a criação de ingressos mais caros e o advento da transmissão televisiva em *pay-per-view*, de certo forma passou a elitizar os telespectadores presentes nos estádios, o qual pode alterar o comportamento relacionados a paixão dos torcedores, e que leva ao sucesso da mercantilização do esporte.

O trabalho realizado pelos sociólogos Ian Taylor (1971) e Critcher (1979) organizou um conjunto de argumentos para explicar os problemas aparentes que assolavam o futebol inglês durante os anos 1960 e 1970, notadamente o hooliganismo dos torcedores, mas também o declínio de público. De forma geral, era argumentado que a torcida de futebol estava sendo mercantilizada, com a busca de um público mais rico para frequentar os jogos, os antigos torcedores da classe trabalhadora – com sua subcultura de “consciência futebolística” centrada no time local, na masculinidade, na participação ativa e na vitória – estava sendo excluída, para ser substituída por torcedores “genuínos” de classe média e seus supostos interesses no futebol em família, no espetáculo e no entretenimento.

O principal critério para se classificar torcedores está relacionado ao tipo particular de identificação que os torcedores possuem com clubes específicos. Como demonstrado na Figura 1, as quatro categorias de torcedores estão baseadas em duas oposições binárias básicas: quente-frio e tradicional-consumidor. Existem quatro quadrantes nos quais os torcedores podem ser classificados: tradicional/quente; tradicional/frio; consumidor/quente; consumidor/frio.

Figura 2. Níveis torcedores (GIULIANOTTI, 2012)



O eixo horizontal tradicional-consumidor mede a base do investimento do indivíduo em um clube em particular: torcedores tradicionais terão uma identificação mais longa com o clube, ligada à cultura popular; enquanto os torcedores consumidores terão uma relação com o clube mais mercadológica, baseada no consumo de produtos do clube.

Cada uma das quatro categorias de torcedores mostra uma característica própria de qualidades quentes, frias, tradicionais e consumidoras. As categorias apresentam diferentes tipos de identificação com um clube específico e uma motivação particular para essa escolha pessoal. Cada uma apresenta evidências de uma forma particular de relação espacial com o clube, como tipos de ideais, essas categorias permitem diferentes graus de variação e de diferença entre suas características. (GIULIANOTTI, 2012)

5.3 Torcedores tradicionais/quentes: fanáticos

O torcedor tradicional/quente é definido aqui como um fanático do clube de futebol. O torcedor clássico tem um investimento pessoal e emocional de longo prazo com o clube. Isso pode ser suplementado (mas nunca suplantado) por um investimento de mercado, como com a compra de ações do clube ou de produtos caros com a sua marca, mas a lógica desse quadro ainda é marcada por um

comprometimento consciente em demonstrar solidariedade densa pessoal e oferecer apoio financeiro para o clube.

Demonstrar apoio a seu clube, em suas múltiplas formas (incluindo as de mercado), é considerado algo obrigatório, devido ao fato de que o indivíduo possui uma relação com o mesmo que se assemelha à que possui com sua família e amigos. Deixar de torcer por ele ou mudar de time, passando a torcer por um rival, é impossível; torcedores tradicionais possuem um contrato cultural com seus clubes.

Os fanáticos normalmente têm uma relação “topofílica”¹¹ com os principais espaços do clube, especialmente com seu estádio (BALE, 1994). Eles o frequentam regularmente, passando a conhecer seus cantos e recantos de maneira muito familiar e pessoal. (GIULIANOTTI, 2012)

5.4 Torcedores tradicionais/frios: seguidores

Os torcedores tradicionais/frios são pessoas que seguem não só clubes de futebol, mas também jogadores, técnicos e outras personalidades ligadas ao esporte. Esses torcedores podem expressar diferentes níveis de lealdade às suas equipes preferidas. Na forma mais comum de lealdade, o seguidor pode se identificar com um clube em particular devido à sua história, por exemplo, quando um clube contrata um técnico ou jogador de outra equipe.

O clube distante deve ter uma identificação ideológica específica para certos seguidores, como o St. Pauli, em Hamburgo, que atrai anarquistas, a cultura étnico-nacional do Barcelona, ou as subculturas fascistas de clubes como Lazio, Verona, Real Madrid e outros clubes da antiga Alemanha Oriental. Já na forma mais intensa de lealdade, grupos de seguidores podem estabelecer amizades com torcedores tradicionais/quentes de outras equipes. Na Itália, por exemplo, existem laços complexos de amizade e forte rivalidade entre grupos de torcedores de diferentes clubes, que podem fazer com que torcedores do Sampdoria se tornem seguidores do Parma. (GIULIANOTTI, 2012)

5.5 Torcedores quentes/consumidores: fãs

O torcedor quente/consumidor é um fã moderno de um clube de futebol ou de seus jogadores, especialmente de suas celebridades. O fã estabelece uma forma de intimidade ou de amor pelo clube ou por seus jogadores. O fã é quente em termos de identificação; o sentimento de intimidade é forte e é um elemento chave na identidade desta categoria.

O fã vivencia o clube, suas tradições, seus maiores jogadores e os outros torcedores através de um conjunto de relações baseadas no mercado. A força de identificação dos fãs com o clube e seus jogadores é realizada através do consumo de produtos relacionados. Esse consumo pode ocorrer de forma direta, através da compra de produtos do clube, de suas ações ou de contribuições financeiras (camisas, canais pay per view, programas de sócio torcedor).

Recentemente, métodos mais indiretos de consumo passaram a ocorrer de forma mais significativa, especialmente com a compra de revistas de futebol e o pay-per-view, ou com outros meios de compras de direitos dos jogos televisionados de um clube. Normalmente, os fãs são politicamente passivos, moram em locais afastados da sede do clube e, especialmente, separados do ambiente no qual os jogadores frequentam no dia a dia. (GIULIANOTTI, 2012)

5.6 Torcedores frios/consumidores: flâneurs

O torcedor frio e consumidor é um flâneur do futebol. Ele adquire uma identidade pós-moderna de torcedor através de um conjunto aleatório de relacionamentos virtuais comandados para o mercado, especialmente através de interações com a mídia fria produzida pela televisão e pelas redes sociais. O flâneur do futebol pode ser uma tendência maior para homens do que para mulheres, mas não é uma regra. Na maioria das vezes, ele é um burguês em busca de um entretenimento e experiências no futebol. O flâneur adota uma postura afastada em relação a clubes de futebol, mesmo com seus favoritos. (GIULIANOTTI, 2012)

5.7 Comparação das identidades

Em termos de motivos, os fanáticos torcem pelo clube porque são obrigados a torcer. O clube fornece a eles não só os elementos de sua identidade pessoal, mas uma representação de sua identidade pública. Seguidores mantêm diversas ligações com clubes porque isso os ajuda a sustentar e diferenciar suas sensações pessoais de participação no futebol. Os fãs são torcedores que vivem em locais afastados da sede do clube, porém estão sempre acompanhando o time, conhecem sua história e suas tradições, portanto, formam uma massa muito grande da categoria. Por fim, os flâneurs buscam sensações, entretenimento e assim observam diversos clubes, jogadores e nações, não têm necessariamente um clube de coração. (GIULIANOTTI, 2012)

5.8 Desempenho dos times mandantes no período pré, durante e pós pandemia.

Neste tópico, será apresentada uma revisão estatística que mostra o desempenho dos times mandantes nos períodos pré e pós pandemia, após isso, será realizado um comparativo entre o rendimento dos mesmos times no período da pandemia, período no qual o público nos estádios esteve ausente, a fim de tirar conclusões a respeito da influência do público na performance dos times. Para escolha dos clubes, foi utilizado o critério que diz respeito as maiores médias de público no ano, segundo o jornal esportivo O LANCE, os times que apresentaram as maiores médias de nos últimos cinco anos foram: Flamengo, Corinthians e Palmeiras.

FLAMENGO

2018	34J	22V	7E	5D	74,4%
2019	36J	29V	5E	2D	85,1%
2020*	34J	23V	5E	6D	75,4%
2021*	37J	26V	3E	8D	72,9%
2022	39J	26V	6E	7D	71,7%

Tabela 1. Jogos do Clubes de Regatas Flamengo em casa - Elaborado pelo próprio autor

CORINTHIANS

2018	36J	20V	8E	8D	73,4%
2019	37J	19V	12E	6D	76,6%
2020*	29J	13V	10E	6D	42,6%
2021*	32J	16V	9E	7D	54,7%
2022	36J	22V	9E	5D	81%

Tabela 2. Jogos do Sport Club Corinthians Paulista em casa - Elaborado pelo próprio autor

PALMEIRAS

2018	37J	25V	6E	6D	70,2%
2019	34J	24V	6E	4D	79,5%
2020*	38J	23V	12E	3D	71%
2021*	34J	18V	5E	11D	60,1%
2022	37J	29V	6E	2D	83,7%

Tabela 3. Jogos da Sociedade Esportiva Palmeiras em casa - Elaborado pelo próprio autor

Legenda:

J- jogos

V- vitórias

E- empates

D- derrotas

%- taxa de aproveitamento dos pontos

*- período sem público

De acordo com os dados das tabelas, todos os times apresentaram maior aproveitamento dos pontos disputados em casa durante os anos em que houve a presença de público nos estádios, Flamengo (2019), Corinthians (2022), Palmeiras (2022). Já nos anos de 2020 e 2021 (período sem público) nota-se uma queda de

rendimento visível em quase todos os times, principalmente no Corinthians, enquanto o time do Flamengo, foi o único que conseguiu manter a média de aproveitamento

Vale ressaltar, que, Flamengo e Palmeiras nos últimos anos, vem sendo os principais times do futebol brasileiro e do continente em termos de títulos, sucesso, performance e investimento financeiro, já o Corinthians passa por um período de reformulação e dificuldades financeiras, porém, apresenta um retrospecto muito positivo dentro de sua casa nas temporadas pré e pós pandemia, já nos anos em que o público esteve ausente, o aproveitamento do time esteve muito abaixo.

Nota-se também, que, tanto o Palmeiras quanto o Flamengo apresentaram em 2021 o maior número de derrotas dentro de casa.

5.9 Entrevista com atletas

Para realização deste tópico, foi utilizado um estudo observacional transversal (ZAMUNER, 2017) realizado na Associação Atlética Ponte Preta de Campinas-SP, aplicado a atletas profissionais de futebol, que jogaram pelo clube, no período de janeiro de 2013. A coleta de dados foi baseada em formulários de perguntas previamente desenvolvidos pelos pesquisadores, que incluíam um questionário que obtinha questões estruturadas e semiestruturadas sobre a influência dos torcedores nos treinos e nas competições. Além de questões pessoais como tempo de carreira e posição de cada jogador. O instrumento de coleta de dados foi aplicado por meio de entrevista em sala reservada no local de trabalho.

Foram realizadas onze entrevistas com jogadores de futebol de campo, sendo os prazos mais frequentes os de seis anos (27%) e oito anos (27%), dominados pelos atacantes (36%), seguidos pelos meio-campistas (19%) (Tabela 4).

Caracterização	n	%
Tempo de Profissão (Anos)		
3	1	9,1
5	1	9,1
6	3	27,2
7	1	9,1
8	3	27,2
9	1	9,1
13	1	9,1
Posição		
goleiro	1	9,1
zagueiro	1	9,1
lat. direito	1	9,1
lat. esquerdo	1	9,1
volante	1	9,1
meia	2	18,2
atacante	4	36,4

Tabela 4. Dados referentes a tempo de profissão e posição de cada jogador do time – (ZAMUNER, 2017)

Em relação a uma torcida numerosa, oito jogadores (72,7%) se sentiram motivados caso fossem contratados por um clube que tem grande torcida. Sendo que três jogadores (27,3%) responderam que o tamanho da torcida não importa para eles (figura 3).

Em relação à contratação por um clube que tem uma torcida pequena, apenas um jogador (9,1%) apontou que se sentia aliviado por não ter possíveis cobranças, três jogadores (27,3%) responderam que o fato de não haver torcida os deixa desmotivados, por fim, a resposta predominante foi de que o tamanho da torcida não faz diferença, sete jogadores (63,6%) (figura 4).

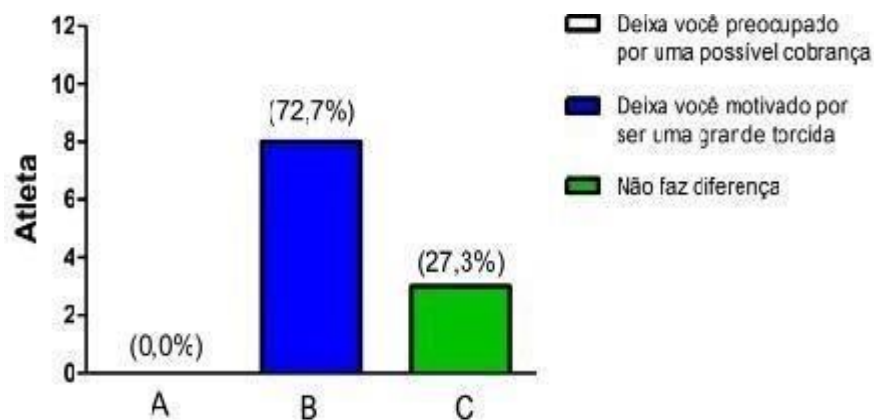


Figura 3. Torcida numerosa em relação à motivação. Foram entrevistados jogadores em relação a sua motivação quanto ao tamanho da torcida - (ZAMUNER, 2017)

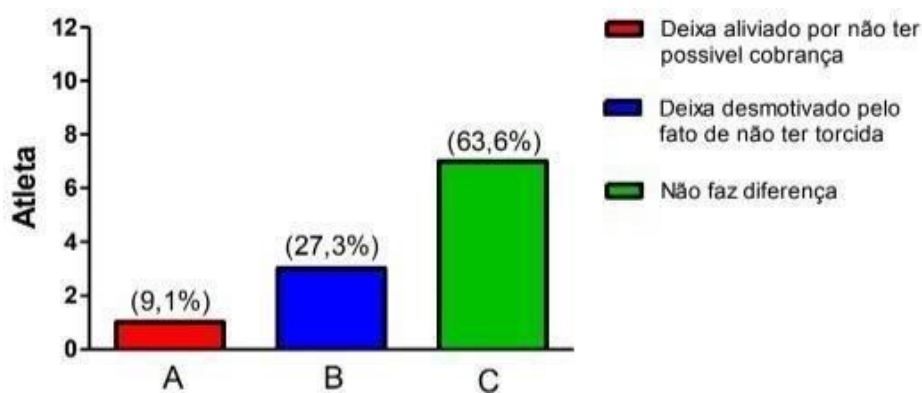


Figura 4 - Torcida com poucos integrantes em relação à motivação. Foram entrevistados jogadores em relação a sua motivação quanto ao tamanho da torcida - (ZAMUNER, 2017)

Quando perguntado aos jogadores sobre como são afetados diante da torcida a favor, nenhum dos atletas demonstrou redução na motivação de jogar, apenas dois jogadores (18,1%) relataram que não afeta a motivação. Entre os que relataram o aumento da motivação, a resposta predominante foi que aumenta bastante a motivação, cinco jogadores (45,5%), seguida da resposta de que a torcida a favor tende a aumentar a motivação, quatro jogadores (36,4%) (figura 5).

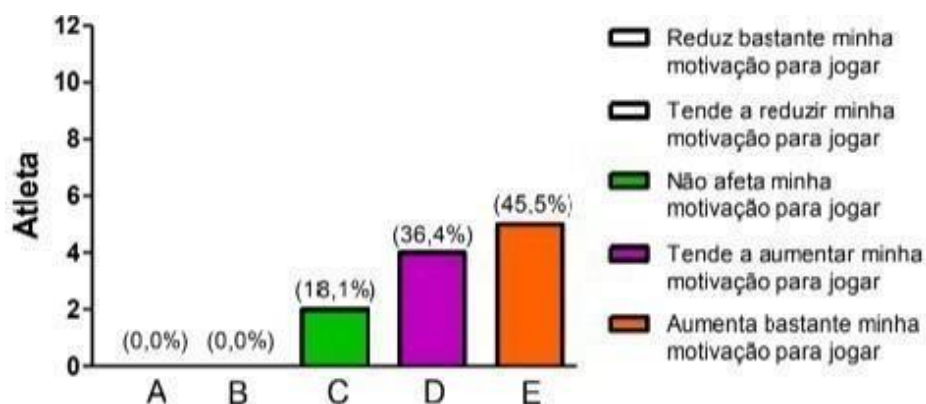


Figura 5 - Torcida a favor em relação à motivação. Foram entrevistados jogadores em relação a sua motivação quando a torcida está a favor - (ZAMUNER, 2017)

Já quando os jogadores foram questionados sobre como seria a motivação de jogar com a torcida contra, apenas um jogador (9,1%) disse que sentia redução na motivação para jogar. Nenhum dos jogadores tende a diminuir a motivação. A maioria deles, quatro jogadores (36,3%), não se sentem desmotivados quanto à torcida rival. Enquanto três (27,3%) dos atletas se sentem mais motivados a jogar (figura 6). Em relação à interação da torcida com os jogadores, apenas um jogador (9,1%) concordou com a presença de torcedores nos treinos. A maioria dos entrevistados, 6 jogadores (54,5%), achou que essa interação foi boa em alguns momentos. Enquanto dois jogadores (18,2%) responderam que não havia diferença ou que não deveria acontecer, eles sentiam que essa interação podia causar problemas no desenvolvimento do treinamento (figura 7).

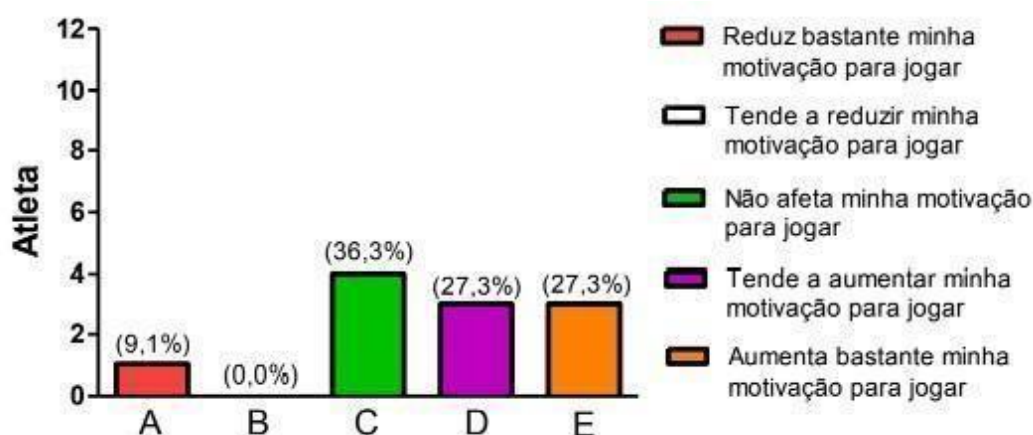


Figura 6 - Torcida contra em relação à motivação. Foram entrevistados jogadores em relação a sua motivação quando a torcida está contra - (ZAMUNER, 2017)

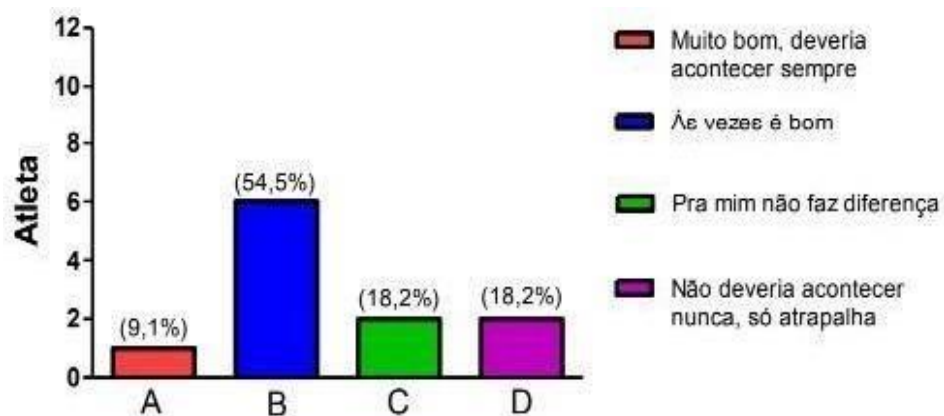


Figura 7 - Interação torcida/jogador durante treino e conversas com os atletas. Foram entrevistados jogadores em relação a sua motivação quanto à interação torcida/jogador durante treinos e conversas com os atletas - (ZAMUNER, 2017)

Como podemos ver no estudo, a torcida apresenta uma grande influência para a maioria dos jogadores, e também se constata no estudo de Cratty (1983), que afirma que a atuação do atleta nunca deixa de sofrer influência de alguma assistência. O estudo de Couto Junior e colaboradores, (2007) também compartilha dos mesmos resultados, afirmando que para a maioria dos atletas a torcida a favor interfere positivamente em seu rendimento, elevando o nível de motivação dos atletas e garantindo uma maior autoconfiança, que atua como um suporte emocional, permitindo que os atletas se sintam apoiados e incentivados a tomarem decisões no decorrer da partida. Para Machado (1997), o esporte é um meio onde se vivenciam as emoções com muita intensidade. As competições despertam sentimentos não só nos atletas como também nos espectadores. A torcida pode proporcionar uma sensação de segurança para o atleta, da mesma forma que a decepção e raiva do espectador pode acabar com a moral do atleta, fazendo com que ele perca sua confiança e segurança.

6. CONCLUSÃO

A motivação é um dos principais temas relacionados aos assuntos humanos. Segundo Samulski (2002), o papel da motivação tem importância muito grande na vida do ser humano, porém, é um assunto muito pouco entendido em seus aspectos práticos.

Como colocam Williams e Krane (1998), fatores como alto nível de motivação, estratégias para manter o foco no jogo, eliminar as distrações, ter um plano de trabalho e objetivos claros estão diretamente relacionados ao bom desempenho e sucesso nos jogos competitivos. A torcida tem forte influência para a maioria dos jogadores, como podemos ver nas repostas deste estudo, e também se constata no estudo de Cratty (1983), que afirma que a atuação do atleta nunca deixa de sofrer influência de alguma assistência.

De acordo com os resultados deste trabalho, é possível afirmar que para a maioria dos atletas a torcida tem um impacto positivo no seu desempenho, aumentando a motivação do jogador e garantindo uma forte autoconfiança, que funcionará como uma forma de apoio emocional, permitindo que os atletas se sintam apoiados e encorajados para a tomada de decisões durante uma partida competitiva. Em relação a análise estatística de desempenho, os estudos se confirmam, pois é possível observar uma queda de aproveitamento nos clubes (Flamengo, Corinthians, Palmeiras) durante o período da pandemia.

Com base nas referências e resultados obtidos neste trabalho, pode-se concluir que a presença de público nos estádios, principalmente da torcida à favor, pode influenciar diretamente de maneira positiva na motivação e performance dos atletas.

REFERÊNCIAS

- AENDRIA, F. ET AL. **A motivação no esporte: o papel do técnico em estudos sobre a motivação em diversas modalidades**. 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUBD9EBM8F/1/monografia_com_p_gina_o.vers_o_final.pdf>.
- BAKKER, F. C.; WHITING, H. T. A.; VAN DER BRUG, H. **Psicologia deldeporte**. Madrid: Morata, 1983.
- CRATTY, B. J. **Psicologia no esporte**. 2.ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1983.
- CRITCHER, C. Football since the war. In: CLARKE, J.; CRITCHER, C.; JOHNSON, R. (Orgs.). **Working class culture: Studies in history and theory**. Londres: Hutchinson, 1979, p. 161-184.
- BALE, J. **Landscapes of modern sport**. Leicester: Leicester University Press, 1994.
- BARBOSA, M. L. L. **Autodeterminação no esporte: o modelo dialético da motivação intrínseca e extrínseca**. www.lume.ufrgs.br, 2011.
- COUTO JUNIOR, J. M.; MORENO, R. M.; SOUZA, A.F.; PRADO, M. M.; MACHADO, A. A. **A influência da torcida na performance de jogadores brasileiros de Futsal: um viés da Psicologia do Esporte**. Motriz. Rio Claro. Vol.13. Núm. 4. p.259-265. 2007.
- DECI, E. L.; RYAN, R. M. **Intrinsic motivation and self-determination in human behavior**. New York: Plenum, 1985.
- DECI, E. L.; RYAN, R. M. **The 'what' and 'why' of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior**. *Psychological Inquiry*, v.11, p.227-268, 2000.
- GOMES, C. M. R. **Motivação para a prática do futebol: motivos para a prática, objetivos de realização e crenças quanto às causas de sucesso, de jovens pertencentes a escalões de formação de Futebol**. Porto. Faculdade de Desporto da Universidade do Porto. 2006.
- INTERDONATO, G. C.; MIARKA, B.; OLIVEIRA, A. D.; GORGATTI, M. G. **Fatores motivacionais de atletas para a prática esportiva**. Motriz. Vol. 14 Núm. 1. p. 63-66. 2008.
- J. A. E. HERNANDEZ, R. C VOSER, M. G. A. LIKAWKA. **Motivação no esporte de elite: comparação de categorias do futsal e futebol**.
- LIMA, E. M. R. MACHADO, A. A. BAGNI. G. BERETTA, V.; BARBOSA, C. G. **A influência da torcida na performance de jogadores de futsal: olhares da psicologia do esporte**. Coleção Pesquisa em Educação Física - Vol.11, n.4, 2012 - ISSN: 1981-4313
- MENDES, P. M.; DE MACEDO, C. M. A.; PERUCHI, L. H.; ARANTES, J. P.; **Motivação em atletas de alto rendimento no futebol de campo**. XVI Congresso de iniciação científica da Universidade de Mogi das Cruzes. 2013.
- Motivação no esporte de elite: comparação de categorias do futsal e futebol**. Disponível em: <<https://www.efdeportes.com/efd77/motiv.htm>>. Acesso em: 25 abr. 2023.

PANSERA, S. M. VALENTINI, N. D. SOUZA, M. S. BERLEZE, A. **Motivação intrínseca e extrínseca: diferenças no sexo e na idade**. Scielo.br. 2016. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/pee/a/DMWDz7fw58xr38DVKSv4bsp/?lang=pt&format=html>.

Acesso em: 01 de maio de 2022

SAMULSKI, D. M. **Psicologia do Esporte: Manual para a Educação Física, Psicologia e Fisioterapia**. Barueri: Manole, 2002. 380 p. il.

SCALON, R. M. **Fatores motivacionais que influem na aderência e no abandono dos programas de iniciação desportiva pela criança. Dissertação Mestrado em Ciências do Movimento Humano**. Escola de Educação Física da UFRGS. Porto Alegre. 1998.

SCHWARTSMAN, M. F. **O aproveitamento dos times do brasileirão em jogos em casa sem torcida**. Goal.com. 2021. Disponível em: < <https://www.goal.com/br/listas/o-aproveitamento-dos-times-do-brasileirao-em-jogos-em-casa/80c5a4g5xxt91uotxa15cftkw#cs8712638e2022b032> >. Acesso em 01 de maio de 2022

STORTI, V. **Mandantes têm menos de 50% de aproveitamento pela primeira vez nos pontos corridos; veja a análise**. GE.com. Rio de Janeiro, 2021 Disponível em: <<https://ge.globo.com/espiao-estatistico/noticia/mandantes-tem-menos-de-50percent-de-aproveitamento-pela-primeira-vez-nos-pontos-corridos-veja-a-analise.ghtml>>. Acesso em 01 de maio de 2022

TAYLOR, I. **“Football mad”: a speculative sociology of football hooliganism**. In: DUNNING, E. (Org.). *The sociology of sport: a selection of readings*. Londres: Frank Cass, 1971a, p. 352-377.

THOMAS, J. R.; NELSON, J. K. **Métodos de pesquisa em atividade física**. 3.ed. Porto Alegre: Artmed, 2002.

VASCONCELOS-RAPOSO, J.; MAHL, A. **Orientação cognitiva de atletas profissionais de futebol do Brasil**. Motricidade. Vol. 4. Núm. 1. p. 253-265. 2005.

VOSER, R. DA C. et al. A motivação para o esporte: um estudo descritivo com atletas profissionais de futebol. **RBFF - Revista Brasileira de Futsal e Futebol**, v. 9, n. 35, p. 399–405, 10 set. 2017.

GIULIANOTTI, R. **Fanáticos, seguidores, fãs e flaneurs: uma taxonomia de identidades do torcedor no futebol**. Recorde: Revista de História do Esporte, v. 5, n. 1, 20 jun. 2012.

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

WILLIAMS, J. M.; KRANE, V. **Psychological characteristics of peak performance**. E. J. M. Willians (Org.), *Applied sport psychology: Personal growth to peak performance*. p. 191 – 222 . 1998.

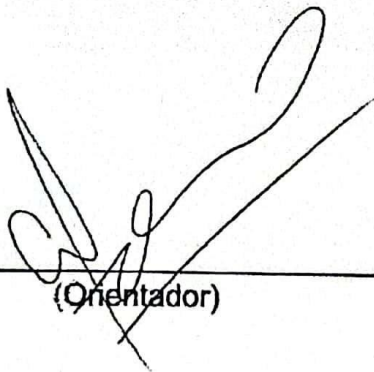
WEINBERG, R. S.; GOULD, D. **Fundamentos da psicologia do esporte e do exercício**. 6. ed. Porto Alegre: Artmed, 2017.

ZAMUNER, L. F. **A influência da torcida na motivação de jogadores de futebol profissional.** RBFF - Revista Brasileira de Futsal e Futebol, v. 9, n. 33, p. 113–119, 16 jun. 2017.

ZANETTI, M. C.; LAVOURA, T. N.; MACHADO, A. **A motivação no esporte infanto juvenil.** Conexões. Vol. 6. 2008

Pedro Campi
(Discente)

Fernando Ferris
(Coorientador)


(Orientador)