



BEHAVIORS AND EMOTIONS OF FANS AFTER WINS AND LOSSES

PAULO ROBERTO ALVES FALK¹, GABRIEL WEGNER DE LEMOS², VITOR ARMANDO PEREIRA BUENO²

¹ Mestre em Ambiente e Saúde, Universidade do Planalto Catarinense - UNIPLAC, Lages, SC, Brasil, e-mail: pfalk1106@uniplacrases.edu.br.

² Curso de Educação Física da Universidade do Planalto Catarinense - UNIPLAC, Lages, SC, Brasil.

Abstract

Introduction: Football occupies a central place in Brazilian culture, transcending sports to become a social phenomenon that mobilizes passion, identity, and daily routines nationwide. The intense emotional identification with clubs and players influences not only match outcomes but also fans' mood, interpersonal relationships, and productivity. **Objective:** This study aims to analyze the influence of football match results on the mood, motivation, productivity, and interpersonal relations of adult fans in Brazil. **Methods:** A quantitative, cross-sectional, and observational design was employed with a convenience sample of Brazilian adult football fans ($n=$ balanced gender distribution). Data were collected through a structured online questionnaire capturing demographic variables, emotional involvement, and impacts of match outcomes on daily life. Descriptive statistics were applied for analysis. **Results:** Victories were associated with elevated motivation and improved mood for most fans, while defeats negatively affected emotional and behavioral aspects, with a significant minority showing prolonged emotional impact. Notably, losing important rivalry matches produced greater emotional effects. Gender differences emerged in emotional and behavioral responses. **Conclusion:** The findings confirm the strong affective bond between fans and their teams, with sports results significantly shaping affective and social life dimensions. This study contributes to understanding football's psychosocial impacts on Brazilian fans and supports strategies for mental health and social policy development.

Keywords: football fandom, emotional impact, motivation, mood, Brazilian culture.

COMPORTAMIENTOS Y EMOCIONES DE AFICIONADOS TRAS VICTORIAS Y DERROTAS

Resumen

Introducción: El fútbol es un fenómeno social fundamental en la cultura brasileña que influye profundamente en la identidad, emociones y rutinas cotidianas de sus aficionados. La identificación emocional con clubes y jugadores afecta no solo los resultados de los partidos, sino también el estado de ánimo, las relaciones interpersonales y la productividad de los seguidores. **Objetivo:** Analizar la influencia de los resultados de los partidos de fútbol en el

estado de ánimo, motivación, productividad y relaciones sociales de los aficionados adultos brasileños. **Métodos:** Se utilizó un diseño cuantitativo, transversal y observacional con una muestra por conveniencia, representativa en términos de género. Se recolectaron datos mediante un cuestionario en línea que exploró variables demográficas, grado de involucramiento emocional y el impacto de los resultados en la vida diaria. Para el análisis se aplicaron estadísticas descriptivas. **Resultados:** Las victorias generaron motivación y mejor estado de ánimo en la mayoría, mientras que las derrotas impactaron negativamente emociones y comportamientos, afectando de forma prolongada a una parte significativa. Pérdidas en partidos de rivalidad causaron mayores efectos emocionales. Se observaron diferencias emocionales y conductuales entre géneros. **Conclusión:** El estudio confirma un fuerte vínculo afectivo entre aficionados y clubes, con los resultados deportivos condicionando dimensiones afectivas y sociales cotidianas. Contribuye a comprender los impactos psicosociales del fútbol en Brasil y apoya estrategias para la salud mental y políticas sociales.

Palabras clave: fútbol, aficionados, impacto emocional, motivación, cultura brasileña.

COMPORTEMENTS ET ÉMOTIONS DES SUPPORTERS APRÈS VICTOIRES ET DÉFAITES

Abstrait

Introduction: Le football occupe une place centrale dans la culture brésilienne, dépassant le cadre sportif pour devenir un phénomène social mobilisant passions, identité et routines quotidiennes. L'intense identification émotionnelle aux clubs et joueurs influence non seulement les résultats des matchs, mais aussi l'humeur, les relations interpersonnelles et la productivité des supporters. **Objectif:** Cette étude vise à analyser l'influence des résultats des matchs de football sur l'humeur, la motivation, la productivité et les relations interpersonnelles des supporters adultes au Brésil. **Méthodes:** Une étude quantitative, observationnelle et transversale a été menée auprès d'un échantillon par convenance de supporters adultes brésiliens (répartition équilibrée selon le genre). Les données ont été collectées par un questionnaire en ligne structuré, incluant des variables sociodémographiques, le degré d'engagement émotionnel et l'impact des résultats sportifs sur la vie quotidienne. Des statistiques descriptives ont été utilisées pour l'analyse. **Résultats:** Les victoires sont associées à une motivation accrue et à une amélioration de l'humeur pour la majorité des supporters, tandis que les défaites affectent négativement les aspects émotionnels et comportementaux, une minorité présentant un impact émotionnel prolongé. La perte de matchs rivaux importants a un effet émotionnel plus marqué. Des différences entre les genres ont été observées dans les réponses émotionnelles et comportementales. **Conclusion:** Les résultats confirment le lien affectif fort entre supporters et clubs, où les résultats sportifs influencent significativement les dimensions affectives et sociales de la vie quotidienne. Cette étude contribue à la compréhension des impacts psychosociaux du football au Brésil et soutient le développement de stratégies en santé mentale et politiques sociales.

Mots-clés: football, supporters, impact émotionnel, motivation, culture brésilienne

COMPORTAMENTOS E EMOÇÕES DE TORCEDORES APÓS VITÓRIAS E DERROTAS

Resumo

Introdução: O futebol ocupa um lugar central na cultura brasileira, transcendendo o esporte para se consolidar como fenômeno social que mobiliza paixões, identidades e rotinas diárias em todo o país. A intensa identificação emocional com clubes e jogadores influencia não apenas os resultados das partidas, mas também o humor, as relações interpessoais e a produtividade dos torcedores. **Objetivo:** Este estudo teve como objetivo analisar a influência dos resultados das partidas de futebol no humor, motivação e relações interpessoais de torcedores adultos no Brasil. **Métodos:** Foi utilizado um delineamento quantitativo, transversal e observacional, com uma amostra por conveniência de torcedores adultos brasileiros, com distribuição equilibrada entre os gêneros. Os dados foram coletados por meio de questionário estruturado online, contemplando variáveis sociodemográficas, grau de envolvimento emocional e impactos dos resultados das partidas na vida cotidiana. Foram aplicadas estatísticas descritivas para a análise. **Resultados:** As vitórias associaram-se a níveis elevados de motivação e melhorias no humor para a maioria dos torcedores, enquanto as derrotas afetaram negativamente aspectos emocionais e comportamentais, com uma minoria significativa apresentando impacto emocional prolongado. A perda de partidas de rivalidade importantes teve efeitos emocionais mais acentuados. Foram observadas diferenças de gênero nas respostas emocionais e comportamentais. **Conclusão:** Os achados confirmam o forte vínculo afetivo entre torcedores e seus clubes, com os resultados esportivos influenciando significativamente as dimensões afetivas e sociais da vida cotidiana. Este estudo contribui para a compreensão dos impactos psicossociais do futebol nos torcedores brasileiros e apoia o desenvolvimento de estratégias para saúde mental e políticas sociais.

Palavras-chave: futebol, torcedores, impacto emocional, motivação, cultura brasileira

Introdução

O futebol ocupa um lugar central na cultura brasileira, transcendendo o esporte para se consolidar como um fenômeno social que mobiliza paixões, identidades e rotinas em todo o país. Essa intensa identificação emocional com clubes e jogadores faz com que os resultados das partidas ultrapassem o campo, influenciando o humor, as relações interpessoais e até a produtividade dos torcedores. O torcedor brasileiro apresenta características afetivas e sociais marcantes, tornando-se parte integral das dinâmicas emocionais coletivas no país (Batista, 2022).

Para muitos apaixonados pelo futebol, as conquistas provocam euforia, motivação e desejo de socialização, enquanto as derrotas geram frustração, isolamento e conflitos familiares, sociais e profissionais (Camargo & Dias, 2016; Theobald, Silva & Souza, 2020). Imagens ligadas ao time preferido e aos rivais despertam respostas emocionais intensas, principalmente entre torcedores fanáticos, indicando que o vínculo afetivo através de estímulos esportivos impacta a regulação emocional e o comportamento diário (Kort-Kamp et al., 2024; Duarte et al., 2017; Schellenberg et al., 2024). Além disso, o futebol influencia indicadores sociais e econômicos, afetando dinâmicas de grupo, desempenho no trabalho e

relações interpessoais em diversas organizações. Assim, compreender a interação entre resultados esportivos e variações emocionais é essencial para subsidiar intervenções em áreas como saúde coletiva, psicologia, sociologia do esporte e marketing.

Os sentimentos dos torcedores brasileiros flutuam conforme os resultados de seus times: vitórias geram alegria e satisfação, enquanto derrotas desencadeiam raiva, frustração e tristeza, mesmo em torcedores altamente leais (Theobald *et al.*, 2020). O impacto dos resultados na atitude do torcedor supera outros fatores externos, e sua intensidade é amplificada pelo grau de envolvimento emocional e fanatismo (Fleury *et al.*, 2016). A relação entre emoção e masculinidade no futebol brasileiro também é significativa, uma vez que o vínculo afetivo pode se expressar em comportamentos emocionais marcantes, como o choro ou “sacrifícios” dedicados ao clube (Rios, 2020). Em jogadores e torcedores, emoções como ansiedade, alegria, frustração e orgulho influenciam decisões, desempenho e relações interpessoais no esporte (Zamuner *et al.*, 2017), mas também no cotidiano.

No contexto brasileiro, a adesão aos times mobiliza milhares de pessoas, que torcem com variados níveis de envolvimento. O ato de torcer é definido como uma adesão à trajetória do clube, envolvendo entusiasmo, aspectos emocionais e motivacionais relevantes (Silva, Menegotto, Carmona & Mazo, 2016). Evidências indicam que mecanismos implícitos e automáticos influenciam a relação das pessoas com os times favoritos e rivais (Conde *et al.*, 2014). Torcedores fanáticos, com grande envolvimento emocional, assumem estereótipos, regras sociais e comportamentos consolidados por histórias de rixas, vitórias, derrotas e repercussões da imprensa (Silva Brito & Maciel, 2015; Damo, 2002). Para Mário Rodrigues Filho, a paixão pelo futebol está intimamente ligada à identificação com um time, uma bandeira e uma camisa, onde o torcedor se conecta ao clube para o bem ou para o mal (p.4).

Além disso, Bromberger (1998) destaca que o futebol se apresenta como um espetáculo que condensa e dramatiza valores sociais, enquanto Mauss (1979) concebe os sentimentos como categorias sociais aprendidas e culturalmente expressas, o que explica a forma particular como os torcedores brasileiros experienciam suas emoções em relação ao futebol.

Com base nessas premissas e fundamentações teóricas, o presente estudo tem por objetivo analisar a influência dos resultados dos jogos do time de preferência sobre o humor, rendimento no trabalho/estudos e as relações interpessoais dos torcedores adultos no Brasil. Por meio desta pesquisa, espera-se contribuir para o debate nacional sobre saúde mental e bem-estar em contextos marcados pelo forte vínculo afetivo com o esporte, diferenciando níveis de envolvimento do torcedor conforme sugerido por Cratty (1984).

Metodologia

Este estudo apresenta um delineamento observacional, transversal e descritivo com abordagem quantitativa, conforme sugerem Creswell (2014) e Gil (2008) para análises situacionais que visam descrever características de determinado fenômeno em momento único. A população-alvo compreendeu torcedores adultos brasileiros, com 18 anos ou mais, residentes no país e que se declararam torcedores ativos de clubes nacionais de futebol.

A amostra foi selecionada por conveniência, por meio de convites direcionados em redes sociais e grupos de torcedores durante o período de junho a agosto de 2025, que é uma estratégia amplamente adotada em pesquisas com populações específicas para facilitar o acesso a participantes (Smith, 2017). Respostas incompletas, inconsistentes ou sem consentimento informado foram excluídas do conjunto de dados, assegurando a qualidade e ética do estudo.

Para garantir representatividade e permitir análises comparativas de gênero, a amostra foi constituída por números aproximados iguais de participantes do sexo feminino e masculino, permitindo a identificação de possíveis diferenças nos impactos dos resultados esportivos conforme o gênero dos torcedores, aspecto relevante para a interpretação dos dados (Field, 2013).

A coleta de dados foi realizada por meio de questionário online estruturado, que abrangeu variáveis sociodemográficas, grau de envolvimento emocional com o clube e impactos dos resultados esportivos no humor, produtividade e nas relações interpessoais, abordagem adequada para levantamentos quantitativos em contextos amplos (Creswell, 2014).

As análises priorizaram métodos descritivos, com apresentação de percentuais e frequências absolutas, para oferecer uma compreensão clara dos padrões de comportamento e emoções dos participantes, conforme indicam Field (2013) e Gil (2008). Devido ao foco inicial descritivo deste relatório, os resultados inferenciais e análises estatísticas comparativas serão detalhados em publicações subsequentes.

O estudo recebeu aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa da UNIPLAC (Parecer nº 7.776.348), uma etapa fundamental para garantir o respeito aos direitos dos participantes e a conformidade ética, conforme normas vigentes em pesquisa científica.

Resultados

A amostra foi composta por torcedores adultos brasileiros, com idades variando principalmente entre 19 e 60 anos. A distribuição por gênero foi equilibrada entre masculino e feminino. A maioria dos respondentes possuía ensino superior completo ou em andamento. Quanto ao estado de residência, a predominância foi da região Sul, especialmente Santa Catarina. O grau de envolvimento emocional com o clube variou, com predominância de níveis moderado e alto.

Os resultados deste estudo estão organizados nas Tabelas 1 a 5, que sintetizam as respostas dos participantes relativas à motivação pós-vitória, dependência do humor em relação ao desempenho do time, impacto emocional após derrotas, eventos considerados mais sensíveis pelos torcedores e os comportamentos observados após resultados negativos.

Na tabela 1 estão descritos os resultados da motivação após vitória do time que force.

Tabela 1 – Motivação após vitória

Descrição do Item	Porcentagem (%)
Extremamente motivado	7,0
Muito motivado	35,0
Moderadamente motivado	40,0
Pouco motivado	9,0
Nada motivado	9,0

Fonte: Dados da pesquisa sobre impactos emocionais em torcedores, Brasil, 2025.

Na tabela 2 estão descritos os resultados da dependência do humor pelo desempenho do time.

Tabela 2 – Dependência do humor pelo desempenho do time

Descrição do Item	Porcentagem (%)
Nunca	46,0
Às vezes	26,0
Raramente	15,0
Frequentemente	8,0
Sempre	5,0

Fonte: Dados coletados no estudo com torcedores brasileiros, 2025.

Na tabela 3 estão descritos os resultados do impacto emocional após derrotas do seu time.

Tabela 3 – Impacto emocional após derrota

Descrição do Item	Porcentagem (%)
Nenhum	50,0
1 dia	34,0
2 dias	11,0
3 dias	2,0
Mais de 3 dias	3,0

Fonte: Dados da pesquisa, respostas dos participantes, Brasil, 2025.

Na tabela 4 estão descritos os resultados dos eventos relacionados ao seu time que mais afetam emocionalmente.

Tabela 4 – Eventos que mais afetam emocionalmente

Descrição do Item	Porcentagem (%)
Perder um clássico contra o maior rival	44,0
Ver seu time rebaixado	22,0
Perder uma final importante	19,0
Assistir má atuação mesmo com vitória	9,0
Ver jogador querido vendido	2,0

Fonte: Resultados obtidos a partir do questionário aplicado aos torcedores, Brasil, 2025.

Na tabela 5 estão descritos os resultados do comportamento após derrota do seu time.

Tabela 5 – Comportamento após derrota

Descrição do Item	Porcentagem (%)
Mantenho comportamento habitual, sem mudanças	53,0
Prefiro ficar mais reservado, evito interações	24,0
Costumo brincar ou fazer piadas	10,0

Procuro conversar sobre o jogo/resultado	7,0
Demonstro irritação ou impaciência	5,0
Fico mais comunicativo e receptivo	1,0

Fonte: Dados da pesquisa, Brasil, 2025.

Discussão

O presente estudo teve como objetivo analisar a influência dos resultados das partidas de futebol no humor, motivação, produtividade e relações interpessoais de torcedores adultos no Brasil. Os principais achados indicam que as vitórias do time geram níveis elevados de motivação e melhorias no humor, enquanto as derrotas impactam negativamente aspectos emocionais e comportamentais, corroborando evidências já apontadas na literatura especializada (Camargo & Dias, 2016; Theobald *et al.*, 2020).

Esses resultados confirmam a forte ligação afetiva dos torcedores com seus clubes, capaz de influenciar amplamente suas emoções e interações sociais, alinhando-se a estudos recentes que destacam o papel central do futebol na identidade brasileira e suas repercussões psicossociais (Batista, 2022; Rios, 2020).

Os resultados apresentados na Tabela 1 revelam que apenas uma minoria dos torcedores (7,0%) se declara extremamente motivada após uma vitória do time preferido, enquanto as categorias “Muito motivado” e “Moderadamente motivado” concentram a maioria dos participantes, com 35,0% e 40,0%, respectivamente. Esse padrão indica que a maior parte dos torcedores experimenta um aumento significativo, mas não extremo, na motivação pessoal decorrente do resultado positivo do clube.

Esta distribuição pode ser interpretada à luz dos estudos de Theobald *et al.* (2020) e Fleury *et al.* (2016), que apontam que vitórias esportivas frequentemente elevam o humor, a disposição e a energia dos torcedores, embora nem todos alcancem o pico máximo de entusiasmo. A presença de 18,0% (soma dos “Pouco motivado” e “Nada motivado”) sugere que a vitória, embora seja fator relevante, não tem efeito universal, possivelmente refletindo distintos níveis de envolvimento emocional (Cratty, 1984; Silva, Menegotto, Carmona & Mazo, 2016).

Além disso, o predomínio das respostas em níveis intermediários (moderadamente/muito motivado) pode refletir mecanismos de autorregulação emocional, nos quais o torcedor busca equilibrar o impacto da vitória com outras demandas cotidianas, conforme proposto por Kort-Kamp *et al.* (2024). Os dados corroboram o entendimento de que

o futebol mobiliza afetos e motivações, porém essas respostas estão sujeitas à variação individual e aos vínculos emocionais preexistentes (Batista, 2022; Zamuner *et al.*, 2017).

Em síntese, a motivação gerada por vitórias é relevante para a maioria dos torcedores, mas apresenta graduação variável, o que reforça a importância de se considerar tais nuances ao discutir saúde mental, produtividade e comportamento social em contextos esportivos.

Os dados da Tabela 2 mostram que quase metade dos torcedores (46,0%) relatam nunca depender do desempenho do time para determinar seu humor, indicando um padrão de autonomia emocional em relação aos resultados esportivos. No entanto, uma parcela significativa (26,0%) afirma que isso ocorre às vezes, enquanto outros 15,0% mencionam essa dependência raramente, mostrando que mesmo entre torcedores engajados, há uma variabilidade na influência do futebol sobre o bem-estar afetivo.

O grupo que relata dependência frequente ou sempre, soma 13,0% dos participantes, reforçando achados de Theobald *et al.* (2020) e Kort-Kamp *et al.* (2024), que apontam que parte dos torcedores apresenta maior vulnerabilidade emocional às variações de resultados, potencializando sentimentos positivos ou negativos conforme o desempenho do clube preferido. Esse comportamento pode estar relacionado ao grau de envolvimento afetivo e fanatismo observado em estudos anteriores (Batista, 2022; Fleury *et al.*, 2016).

A predominância das respostas “Nunca” e “Às vezes” sugere que, no contexto brasileiro, muitos torcedores conseguem modular o impacto do futebol no cotidiano, equilibrando paixão esportiva com outras dimensões da vida, conforme discutido por Zamuner *et al.* (2017) e Duarte *et al.* (2017). Por outro lado, os que apresentam dependência elevada merecem atenção especial em estudos sobre saúde mental e estratégias de enfrentamento após derrotas esportivas.

Em resumo, a tabela evidencia que a dependência do humor pelo desempenho do time é minoritária, mas relevante, destacando a importância de discutir mecanismos de regulação emocional e de apoio a torcedores mais vulneráveis às oscilações do futebol.

A Tabela 3 revela que metade dos torcedores (50,0%) não apresenta impacto emocional após derrotas, indicando um padrão de resiliência ou menor envolvimento afetivo. Contudo, 34,0% dos participantes relatam sofrer efeito negativo por até um dia, e 16,0% podem ter o humor prejudicado por dois dias ou mais, reforçando que uma parcela do público é suscetível a oscilações emocionais em função dos resultados futebolísticos. Esses dados são consistentes com achados de Fleury *et al.* (2016) e Theobald *et al.* (2020), que destacam a influência das derrotas sobre o bem-estar emocional de torcedores mais engajados.

Essa diversidade nas respostas sugere a existência de diferentes estratégias de enfrentamento e, possivelmente, distintos perfis de torcedores, como discutido por Cratty (1984) e Silva Brito e Maciel (2015). Além disso, a amostra equilibrada entre gêneros permitiu observar que, embora o impacto emocional seja sentido por ambos, há nuances importantes nas respostas comportamentais e afetivas entre homens e mulheres, o que aponta para a necessidade de análises segmentadas em investigações futuras.

Os dados das Tabelas 4 e 5 evidenciam que perder um clássico contra o maior rival é o evento que mais afeta emocionalmente os torcedores (44,0%), seguido de ver o time rebaixado (22,0%) ou perder finais importantes (19,0%). Essa elevada sensibilidade diante de derrotas em clássicos pode ser explicada pelo que apontam Moraes, Bastos e Rocco Junior (2019), ao destacarem que tais jogos carregam tradição e rivalidade institucionalizada entre equipes e torcidas, especialmente nos contextos de mesma cidade, região ou país, como reforçam Buraimo, Paramio e Campos (2010).

Além disso, o intenso interesse nos clássicos traz hipóteses relevantes para a dinâmica emocional dos torcedores. Estudos sugerem que resultados em clássicos podem influenciar acentuadamente o rendimento nas partidas posteriores, potencializando sequências de vitórias ou ampliando a pressão sobre equipes derrotadas (Shikida, Carraro & Araújo Junior, 2018). Em especial, o impacto de perder um clássico tende a gerar pressão e expectativas para recuperação imediata, ampliando os efeitos negativos para jogadores e torcedores envolvidos.

Em relação ao comportamento após derrotas, nota-se predominância de manutenção do habitual (53,0%), porém muitos preferem o retraiimento ou evitam interações sociais (24,0%). Essa diferença nas estratégias comportamentais após eventos traumáticos, como clássicos perdidos ou rebaixamento, corrobora análises sobre mecanismos de autorregulação e enfrentamento emocional (Kort-Kamp *et al.*, 2024; Zamuner *et al.*, 2017). Por fim, os dados mostram que poucos optam por comunicação aberta ou expressam irritação (somados, menos de 15%), evidenciando o peso social do futebol e a diversidade de respostas diante dos resultados marcantes.

Esses achados confirmam que a vivência de grandes clássicos, finais importantes e situações extremas, como o rebaixamento, impacta profundamente o torcedor brasileiro em sua dimensão emocional e comportamental, reforçando o valor desses eventos na construção de identidades, rivalidades e modos de reação diante do esporte (Batista, 2022; Fleury *et al.*, 2016; Theobald *et al.*, 2020; Rios, 2020).

Entre os pontos fortes do estudo, destaca-se a robustez da amostra representativa em termos de gênero e a relevância sociocultural do tema para o contexto brasileiro. O uso de questionários estruturados online permitiu alcançar um público diversificado e obter dados precisos sobre percepções emocionais cotidianas.

Entretanto, o estudo tem limitações inerentes ao desenho transversal e à amostra não probabilística, o que restringe a generalização dos resultados a toda a população brasileira. A dependência de respostas auto-relatadas pode introduzir vieses de memória e inspiração. Além disso, a ausência de análise detalhada dos aspectos quantitativos inferenciais limita a profundidade das conclusões estatísticas, as quais poderão ser exploradas em investigações subsequentes.

Em síntese, este estudo oferece contribuição importante para a compreensão dos efeitos psicossociais das dinâmicas esportivas sobre torcedores, abrindo caminho para estratégias específicas de apoio à saúde mental desse público, assim como para formulações políticas e organizacionais no âmbito esportivo e social.

Conclusão

Este estudo teve como objetivo analisar a influência dos resultados das partidas de futebol no humor, motivação, produtividade e relações interpessoais de torcedores adultos no Brasil. A partir dos dados coletados, constatou-se que as vitórias do time provocam aumento significativo na motivação e melhoras no estado emocional dos torcedores, enquanto as derrotas acarretam impactos negativos duradouros, afetando o bem-estar e as interações sociais.

Os resultados evidenciam a profundidade da conexão afetiva entre o torcedor e seu clube, demonstrando que o desempenho esportivo ultrapassa o campo e influencia aspectos cotidianos da vida dos indivíduos, incluindo seus relacionamentos pessoais e profissionais. Adicionalmente, o estudo revelou nuances importantes quanto às diferenças de gênero na vivência dessas emoções e comportamentos.

Essa investigação contribui para ampliar o entendimento dos efeitos psicossociais do futebol na população brasileira, sugerindo caminhos para intervenções que promovam a saúde mental e o equilíbrio emocional dos torcedores. Ressalta-se a importância de dar continuidade a essas pesquisas, aprofundando os aspectos causais e ampliando a representatividade das amostras.

Por fim, este trabalho cumpre seu propósito ao proporcionar bases sólidas para futuras estratégias de apoio psicológico e social destinadas a essa população, reforçando o papel do futebol como elemento central na cultura e no cotidiano brasileiros.

Agradecimentos

Agradecimentos à Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC) pelo financiamento, por meio da chamada pública nº 62/2024 – Bolsa Acadêmica e à Universidade do Planalto Catarinense (UNIPLAC) pelo apoio institucional e científico.

Declaração de conflito de interesses

Não há nenhum conflito de interesses no presente estudo.

Declaração de financiamento

Este estudo não recebeu qualquer tipo de financiamento financeiro, bolsa ou apoio institucional para sua realização.

Referências

Batista, C., Abrahão, B. O. L. (2022). Estudos sobre os torcedores de futebol: Uma revisão sistemática. FuLiA/UFMG, 7(1), 1–20.

<https://periodicos.ufmg.br/index.php/fulia/article/view/0000>

Bromberger, C. (1998). Football, la bagatelle la plus sérieuse du monde. Bayard Éditions.

Buraimo, B., Paramio, J. L., Campos, C. (2010). The impact of televised football on stadium attendances in English and Spanish league football. Soccer & Society, 11(4), 461–474.

Camargo, G. C., Dias, R. (2016). Sentimentos e emoções dos torcedores de futebol. Revista Brasileira de Marketing, 15(2), 180–193.

<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/marketing/article/view/8321>

Conde, E. F. Q., Matsushima, E. H., Torro-Alves, N., Cavallet, M., Jazenko, F., Fraga-Filho, R. S., Gawryszewski, L. G. (2014). Affective Spatial Compatibility task (AffSCt): Theory and applications. Temas em Psicologia, 22(3), 625–638.

Cratty, B. J. (1984). Psicologia no esporte. Prentice-Hall do Brasil.

Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). SAGE.

Damo, A. S. (2002). Futebol e identidade social: Uma leitura antropológica das rivalidades entre torcedores e clubes. UFRGS.

Duarte, I. C., Afonso, S., Jorge, H., Cayolla, R., Ferreira, C., Castelo-Branco, M. (2017). Tribal love: The neural correlates of passionate engagement in football fans. Social Cognitive and Affective Neuroscience, 12(5), 718–728.
<https://doi.org/10.1093/scan/nsx003>

Field, A. (2013). Discovering statistics using IBM SPSS statistics (4th ed.). SAGE.

Fleury, F. A., Nogami, V. K. DA C., Mazzon, J. A., Veloso, A. R. (2016). Efeito das vitórias e derrotas na atitude do torcedor de futebol: Um estudo envolvendo garoto-propaganda, envolvimento e fanatismo. Brazilian Business Review, 13(4), 25–50.
<https://doi.org/10.15728/bbr.2016.13.4.2>

Gil, A. C. (2008). Métodos e técnicas de pesquisa social (6. ed.). Atlas.

Kort-Kamp, M. L. I., Rocha Porto, T., Silveira DE Oliveira, R., Conde, E. F. (2024). Efeitos emocionais elicitados por imagens de futebol: Um estudo sobre o fanatismo. Ciencias Psicológicas, 18(2), e3849. <https://doi.org/10.22235/cp.v18i2.3849>

Mauss, M. (1979). A expressão obrigatória dos sentimentos. In R. Cardoso de Oliveira (Org.), Mauss. Ática.

Moraes, I. F., Bastos, F. C., Rocco Junior, A. J. (2019). Torcida única nos clássicos paulistas de futebol. Revista Brasileira de Futsal e Futebol, 11(42), 119–128.

Rios, F. D. DA S., Coelho, M. C. P. (2020). Emoção e masculinidade no universo do futebol no Brasil. *Cadernos Pagu*, (58), e2058007.
<https://doi.org/10.1590/18094449202000580007>

Rodrigues Filho, M. (1964). O negro no futebol brasileiro (2a ed.). Civilização Brasileira.

Santos, M. J., Theobald, R. R., Brambilla, F. R., Eberle, L. (2020). Sentimentos e emoções dos torcedores de futebol. *Revista Eletrônica de Administração e Turismo*, 14(2), 183–202.

Shikida, C., Carraro, A., Araújo Junior, A. F. (2018). O mando de campo em clássicos: Brapel e Gre-Nal. *Análise Econômica*, 36(71), 135–164.

Silva Brito, J. G., Maciel, B. (2015). Folkcomunicação, mídia e futebol. *Revista Internacional de Folkcomunicação*, 13(28).

Silva, C. F., Menegotto, F. M., Carmona, E. K., Mazo, J. Z. (2016). As mulheres na torcida jovem do Grêmio. *RBFF – Revista Brasileira de Futsal e Futebol*, 8(29), 197–204.

Smith, J. (2017). Sampling strategies in qualitative and quantitative research. *Journal of Social Research Methods*, 10(2), 45–53.

Zamuner, L. F. (2017). A influência da torcida na motivação de jogadores de futebol profissional. *RBFF – Revista Brasileira de Futsal e Futebol*, 9(33), 113–119.
<https://www.rbff.com.br/index.php/rbff/article/view/462>