



## Impactos do Fanatismo em Torcedores de Futebol: Um estudo sobre ativação emocional atribuída a imagens do time favorito e do time rival

*Monick Leonora Inês Kort-Kamp, Roberdson Silveira de Oliveira, Erick Francisco Quintas Conde*

Estímulos visuais provenientes dos times de futebol, relacionados aos times favoritos e rivais, são capazes de influenciar a fisiologia e o comportamento de torcedores devido à modulação emocional. Considerando o número elevado de crimes e agressões entre torcedores de futebol no Brasil, o presente estudo investigou os efeitos da visualização de imagens de times favoritos e rivais nos indicadores de ativação emocional e averiguou se existe interação destes índices com os níveis de fanatismo em torcedores. Participaram deste experimento, 25 voluntários (18-60 anos), que preencheram a Escala de Fanatismo em Torcedores de Futebol (EFTF) e avaliaram um conjunto de figuras pela Escala *Self Assessment Manikin* (SAM). O experimento foi composto por 34 imagens: imagens neutras, positivas e negativas do Sistema Internacional de Figuras afetivas (IAPS), com a adição de um grupo de 40 imagens experimentais, 20 do time favorito e 20 do principal rival. Foram realizadas análises planejadas entre as categorias de imagens para a dimensão de ativação, considerando também como variável intergrupo o nível de fanatismo. Os resultados demonstraram que o nível de ativação atribuído às imagens positivas do IAPS só não foi estatisticamente diferente das imagens negativas do IAPS ( $p=0,23$ ). Todas as outras comparações indicaram diferenças significativas ( $p<0,01$ ). A menor ativação foi identificada para as imagens neutras do IAPS, seguidas das imagens do time Rival, de time Favorito, depois imagens positivas do IAPS, e posteriormente, imagens negativas. A similaridade na ativação atribuída ao time favorito com as imagens positivas do IAPS foi mais proeminente no grupo de alto fanatismo ( $p=0,25$ ), sendo que no grupo de torcedores menos fanáticos, tal comparação apresentou diferença significativa ( $p=0,01$ ). Ao contrário do que foi encontrado para o grupo de baixo fanatismo ( $p=0,01$ ), o nível de ativação elicitado pelas imagens do time favorito não diferiu ( $p=0,06$ ) das imagens do time rival para o grupo de alto fanatismo. Ademais, o grupo com alto fanatismo indicou níveis de ativação superiores às imagens neutras ( $p=0,01$ ), em comparação ao grupo de baixo fanatismo ( $p=0,00$ ). Os grupos de alto e baixo fanatismo também diferiram na atribuição de ativação às imagens do time Rival, sendo estas mais excitantes para o grupo de alto fanatismo ( $p=0,03$ ). Tais resultados ampliam a compreensão sobre as variáveis que influenciam as reações emocionais de torcedores de futebol, comprovando que o nível de Fanatismo se estabelece como variável capaz de influenciar os indicadores de ativação emocional.

*Instituição do Programa de IC: Universidade Federal Fluminense  
Fomento da bolsa: FAPERJ (processo de número: E-26/200.603/2020)*