

*Tenemos que caminar en el filo de la navaja, evitando los extremos representacional (u
objetivista) y solipsista (o idealista)*

Humberto Maturana



*If I lived twenty more years and was able to work, how I should have to modify the
Origin, and how much the views on all points will have to be modified! Well it is a
beginning, and that is something...*

Charles Darwin to J.D. Hooker, 1869

8. DISCUSSIÓ, CONCLUSIONS I PROPOSTES

Tota aquesta tesi és un trànsit pel tall de la navalla intentant defugir els dos extrems (representacional i solipsista) i, al mateix temps, tractant de fer un projecte aplicat útil, i intentant proporcionar coneixement que assoleixi els criteris de qualitat exposats en el Capítol 2. Arribats a aquest punt farem la discussió dels resultats que seguirà la mateixa estructura que els objectius.

Així doncs, començarem per discutir la temptativa de dissenyar un sistema de recerca del fenomen de l'afició al futbol espectacle, a partir de la revisió dels plantejaments de recerca utilitzats en la psicologia de l'esport i en d'altres disciplines que s'han apropiat al seu estudi. A continuació, passarem a avaluar la descripció de les característiques de l'entorn dels aficionats implicades en l'afició al futbol. En tercer lloc, es discutiran els resultats obtinguts en referència a les característiques individuals dels aficionats implicades en l'afició al futbol. A més, discutirem les conseqüències que l'entorn de l'aficionat i les variables individuals tenen sobre la seva afició al futbol. En cada apartat es farà referència a les hipòtesis de treball plantejades en el Capítol 5. Seguint tot aquest procés, avaluarem implícitament els criteris de qualitat de la recerca que proposàvem com a verificadors. Per finalitzar aquest capítol i la tesi s'ofereixen algunes conclusions i algunes propostes per futures recerques sobre els aficionats a l'esport espectacle.

8.1. EN REFERÈNCIA AL DISSENY DE LA RECERCA....

El reflexionar sobre la recerca en psicologia ha estat un exercici tremendament interessant i útil pel doctorand. El posar-se en terrenys pantanosos de filosofia de la ciència era un risc que et deixa sovint a disposició d'aquells que en saben molt més que tu (la majoria). La intenció en aquest cas no era criticar, ni pontificar, només provar de

clarificar i proposar una manera de veure la recerca en psicologia de manera que hi pugui entrar la major part dels psicòlegs que fan recerca, i jo mateix quan he fet recerca: en diferents grups, en diferents països i amb metodologies diferents.

Partir del fenomen és el punt clau i, pel que fa a plantejar-se recerques i triar metodologies, ens sembla molt **més útil poder jugar amb les metodologies que haver de militar en cap d'elles**. És per això que, és diferent aquesta tesi de la recerca que ha fet el mateix doctorand per avaluar un model de la relació entre els objectius d'assoliment i l'habilitat percebuda en les actituds en l'esport juvenil (Lee i Torregrosa, 1998), o per estudiar el cas dels atletes olímpics que és retiren després de la pràctica esportiva (Torregrosa, Boixadós, Valiente i Cruz, 2001). La diferència rau en la metodologia i els mètodes emprats en cada cas, determinats pel fenomen i la fase d'estudi. Tanmateix, també hi ha una igualtat, un punt de connexió, determinat pel **rigor** i l'establiment d'uns **criteris de qualitat** de la recerca que permetin avaluar-la. Al nostre entendre és molt important deixar de pensar en termes de recerca "dura" i "tova" i passar a pensar en termes de recerca rigorosa i lligada a uns criteris de qualitat amb independència de la metodologia emprada.

Quan s'escriu s'ha d'oferir un text amb certa coherència i estructuració. En el cas del capítol de plantejament d'aquesta tesi la preocupació per no ser ambigu pot haver derivat en un cert to normatiu que s'aparta completament de la intenció de l'autor. Proposta si, però normativa no. La intenció és evitar caure en la militància que es critica, sempre m'han semblat sospitoses les heterodòxies ortodoxes.

Treballar l'espectacle esportiu i definir els aficionats des d'aquesta perspectiva ha estat un camí que probablement m'ha portat a un punt diferent del que esperava quan vaig començar. He compartit amb autors com Riera (1985) o Durán i cols. (1998) l'interès per la conceptualització i estudi de l'espectacle esportiu i a més he considerat que aquesta també era una tasca important per a la psicologia de l'esport, després de tota la tasca d'estudi de l'espectacle esportiu hom es queda amb la sensació que cada cop és més espectacle i menys esportiu. Cal molt més estudi i dades empíriques sobre l'esport

espectacle i l'afició sense perdre de vista que avui dia hi ha afició real i afició virtual. I que tant la primera com la segona **participen** en el futbol espectacle.

Tal com s'ha escrit en diferents ocasions al llarg de la tesi i corroboren autors com Garcia-Mas (2002) el fenomen de l'afició al futbol ha meregut molta atenció per part de sociòlegs i antropòlegs i pràcticament gens per part dels psicòlegs, és per això que en el nostre cas la multidisciplinarietat era, gairebé, una exigència ineludible. El tema de la multidisciplinarietat i l'enfocament també ha de sortir en aquesta discussió. Cada dia més trobem en psicologia la paradoxa de la multidisciplinarietat i la concreció. Tots ens omplim la boca dient que s'ha de ser multidisciplinar, però quan algú comet la gosadia de ser-ho, caiem en la temptació de criticar-lo perquè ha divagat en excés i no ha sabut centrar bé el problema. Sovint al llarg de la tesi he sentit el perill de dispersar-me massa però crec que, tret de la càrrega extra que pugui representar pel lector que no li agradi el futbol, la incorporació de les perspectives sociològiques i antropològiques de l'estudi dels aficionats la enriqueix, no només en la part teòrica sinó que també en la part empírica.

L'estudi dels aficionats al futbol des de les diferents ciències aplicades a l'esport conjugat amb l'estudi de les aproximacions psicològiques a la recerca amb espectadors esportius, ha donat com a resultat una classificació psicològica operacional dels aficionats al futbol que, tal com s'ha demostrat en la part empírica, aporta informació sobre diferents tipus d'afició vinculats a diferents valors i diferents nivells de compromís.

Pel que fa a les variables psicològiques triades per la recerca, la tasca d'adaptar tant els conceptes com els instruments de mesura pels aficionats ha estat probablement el més complicat de tot. Pensem que si es parla d'aficionats al futbol sense sobrecentrar-se en la violència, els seus valors, les motivacions i les seves emocions són variables pertinents per tractar de descriure'ls, però la manca de treball previ específic amb aficionats o espectadors ha fet que tots els models i els instruments s'hagin hagut d'adaptar i això fa que l'objectiu general sigui més descriptiu que no pas explicatiu. Pel que fa als processos psicològics bàsics, pel fet de ser-ho estan implicats en totes les interaccions que les persones establim amb el nostre ambient. En l'àrea de psicologia bàsica de la UAB hi ha

una important tradició en l'estudi dels processos psicològics bàsics i la seva aplicació a la salut on sovintegen estudis relacionats amb temes transcendents com són el càncer, les operacions quirúrgiques, la sida, etc. (p.e. Bayés, 2001; Bayés i cols., 1998), i l'esport a nivell de pràctica (p.e. Capdevila y Cruz, 1992; Cruz, 1994), en aquesta tesi hem tractat d'estudiar dos d'aquests processos (les motivacions i les emocions) vinculats a un tema molt menys transcendent, però d'una importància quotidiana destacable en la vida diària de moltes persones, l'afició al futbol. El perquè pot ser doble, des del punt de vista dels mateixos processos psicològics bàsics motivació i emoció, i també l'atenció, el pensament o qualsevol altre han de poder-se estudiar en qualsevol àmbit de la vida de les persones. Des del punt de vista dels aficionats el conèixer quines són les motivacions i emocions lligades a l'afició pot contribuir a crear programes i campanyes de formació perquè els aficionats augmentin el seu grau de fairplay i esportivitat. **Es tracta, d'alguna manera, de deixar la imatge del públic d'esdeveniments esportius com una massa informe, violenta i desenfrenada per passar a parlar de persones amb motivacions per ser aficionats, que expressen les seves emocions i que tenen una responsabilitat important en que el futbol es desenvolupi amb fairplay i esportivitat.**

Finalment, com a conclusió de la part teòrica hi ha una proposta d'esquema per l'estudi de l'afició al futbol i les seves conseqüències sobre els aficionats que després d'haver presentat el fenomen d'estudi porta al plantejament d'una recerca utilitzant dos metodologies i dos mètodes d'obtenció d'informació que en l'apartat de resultats s'han presentat en paral·lel i que en aquesta discussió es presenten de manera seriada però interrelacionada. L'esquema ens ha resultat d'ajut i representa la possibilitat de fer un bon grapat d'investigacions estudiant relacions i influències.

8.2. SOBRE L'ENTORN DELS AFICIONATS

Tenint en compte que l'objectiu de l'estudi de l'entorn dels aficionats era descriptiu, l'adopció d'una aproximació a partir de la "*grounded theory*" (Corbin i Strauss, 1990) ha estat de gran ajut per a la realització del diari de camp que ha donat lloc al capítol 6 i

aquest punt de la discussió. La discussió d'aquesta part de la recerca serà diferent a la discussió que es farà sobre els resultats de l'enquesta perquè l'explicació i descripció exhaustiva ja porta a discutir els resultats (veure Capítol 6). Per això, aquest apartat es basarà en la valoració de la utilització del mètode i l'especificació o subratllat d'alguns dels resultats.

En algunes ocasions mentre redactava el capítol 6 i anava a buscar exemples dels registres d'observació d'esdeveniments o de la premsa recollida durant el treball de camp, tenia una certa por de donar massa importància a l'anècdota, o que potser el temps passat feia que els resultats no fossin prou actuals, o en altres paraules que els resultats fossin "*massa grounded*" i el seu grau de transferibilitat i estabilitat fos baix. Un repàs exhaustiu a la premsa esportiva de principis del 2002 m'ha tranquil·litzat, el que passava durant el treball de camp és totalment comparable al que continua passant avui dia, poden canviar les persones i les situacions (per exemple Valdano ocupa un càrrec de responsabilitat i Luis Figo ha canviat d'equip) però els continguts i els significats són sempre els mateixos.

Aquesta aproximació a la descripció detallada del context en el que es desenvolupa el futbol professional i, per tant, en la que viuen els aficionats al futbol ha proporcionat informació sistematitzada de gran ajuda, tan sobre el fet en si mateix com per contextualitzar la informació obtinguda mitjançant les enquestes.

El diari de camp confeccionat a partir de l'observació participant del futbol espectacle ens ha ajudat a distingir el **context físic o real** del futbol espectacle i el **context virtual o hiperreal** dos contextos separables, i molt interrelacionats, en els que els aficionats desenvolupen la seva afició.

Haver tingut el privilegi de moure's pel context físic del futbol espectacle de ciutat en ciutat, d'estadi en estadi i de bar en bar, escoltant i parlant amb aficionats, observant i viatjant amb jugadors, entrenadors, directius i periodistes ens ha ajudat a comprendre com es construeix la hiperrealitat o la virtualitat. En aquest sentit, és important destacar que assumir, en la línia del que proposa Nowell-Smith (1979) que la transmissió

televisiva⁸ no és mai una reproducció objectiva del que passa al camp no implica que s'hagi d'identificar real amb bo i objectiu, i hiperreal amb dolent i manipulat. Probablement, el fenomen de la virtualitat i la hiperrealitat que genera la societat actual i les seves conseqüències sobre les persones serà un tema d'interès creixent entre els psicòlegs, sobretot tenint en compte que la virtualitat es cada cop més interactiva i per tant cada vegada té més efectes sobre els individus. En efecte, les noves tecnologies i la seva aplicació al futbol espectacle tenen com a objectiu i conseqüència l'increment de la participació dels aficionats en el mateix (emails, xats, etc.).

Entre el futbol real i el futbol virtual s'aconsegueix que el futbol espectacle es desenvolupi de manera ininterrompuda durant 12 mesos a l'any repetint de manera continuada el cicle que s'exposa en la Figura 6.1.

L'espai del context real del futbol espectacle és aquell en que l'aficionat participa realment, en el capítol 6 s'ha desenvolupat la descripció detallada i en aquest punt només volem destacar alguns aspectes que es detallen a continuació.

En primer lloc, els aficionats al futbol són persones que participen de l'espectacle esportiu i no una massa informe i despersonalitzada, per tant tenen uns drets com a consumidors però també una responsabilitat i uns deures perquè el partits de futbol es desenvolupin amb fairplay i esportivitat.

Qualsevol aficionat pot anar a un camp de futbol sol o acompanyat i participar d'una activitat lúdica que permet diferents nivells de participació i identificació. És pot anar com a espectador o com aficionat, en el primer cas es va a veure, a observar, en el segon cas es va a participar, és a dir, **l'espectador mira, l'aficionat participa**. El nivell de participació dels aficionats pot ser diferent, n'hi ha que fan del futbol als estadis l'activitat de tot un dia i participen dels prolegòmens, van a rebre els equips i es queden fins que el partit ja ha acabat i ja gairebé tothom ha marxat. I en l'altre extrem tenim aquells que

⁸ Tot i que Nowell-Smitj només es refereix a les transmissions televisives, podríem generalitzar-ho a tot el futbol dels mitjans de comunicació.

arriben cinc minuts després de que hagi començat el partit i marxen cinc minuts abans de que acabi per estalviar-se l'embús de circulació.

En la major part dels estadis és pot estar tranquil·lament sense tenir sensació d'inseguretat en gairebé la totalitat de les instal·lacions. Hi ha una gran majoria d'aficionats que van als estadis a passar-s'ho bé i gaudir o patir amb el partit. Tot i així, en gairebé tots dels estadis hi ha grups de joves d'estètica radical i comportaments potencialment violents que generen certa intranquil·litat.

Una constatació empírica de que el futbol espectacle es cada cop més espectacle i menys futbol, és el de la idolatria dels futbolistes per part d'un segment de població jove, principalment noies, que esperen l'arribada dels jugadors en tots els camps. En aquest fet també és molt destacable la influència del futbol virtual.

El comportament en els estadis de futbol també és diferent entre els espectadors, que reparteixen les seves mirades entre el partit i el públic. I els aficionats que participen plenament del partit. Molts aficionats estableixen un **diàleg-monòleg** amb jugadors, entrenadors, àrbitres i en algunes ocasions fins i tot amb els directius que estan a la llotja, la curiositat del diàleg-monòleg és que es pot escoltar igual en les primeres fileres (des de les que se suposa que els jugadors i entrenadors poden sentir) que en el punt més alt de qualsevol de les graderies de gol des de les que és físicament impossible que el receptor pretès rebí la informació. En realitat, quan les observacions participants ens han portat als bars, el diàleg-monòleg es pot sentir fins i tot a més de mil quilòmetres d'on s'està jugant el partit. En conclusió, el futbol permet a l'aficionat una participació activa i directa amb el que està passant al camp, tot i que aquesta participació no s'ha de confondre amb influència.

Pels aficionats els partits de futbol són un espai amb unes regles normatives (Silva, 1983) en les que tots saben el que poden i no poden fer en funció principalment de la zona del camp on s'està. Per concretar aquestes regles cal molta més observació i passar de

l'observació participant descriptiva a l'observació sistematitzada, tanmateix les més evidents es podrien formular⁹, per exemple, en:

- ⇒ L'àrbitre s'equivoca sempre, quan xiula, quan no xiula i quan xiula tard, per tant se'l pot menysprear i insultar independentment de la seva tasca
- ⇒ Els aficionats en sabem igual o més que l'entrenador
- ⇒ Etc.

Un altre punt a destacar fruit de l'observació participant del context real del futbol espectacle és que el futbol és un espai que genera l'experimentació repetida d'emocions per part dels aficionats i la possibilitat d'expressar-les conductualment. En efecte, el futbol permet identificar estímuls concrets positius que permeten a l'aficionat alegrar-se i comportar-se alegrement, estímuls negatius que permeten a l'aficionat enfadar-se i comportar-se enfadosament i **estar en un estat d'activació general a l'espera de quin serà el proper estímulo que els hi permetrà emocionar-se i comportar-se emocionalment**. En qualsevol estadi, en tot partit se senten els aficionats fent contínues referències a les emocions que en bona part estan vinculades a la incertesa. De fet, es fàcilment observable com els partits deixen de ser interessants pels aficionats quan deixen de ser emocionants (resultat definit, partit intranscendent per la trajectòria, etc.).

També arran de les observacions participants s'arriba a la conclusió que a més de parlar d'aficionat en singular s'ha de parlar d'afició en plural en els estadis i no només en el cas dels grups de joves organitzats ("ultres"), ja que, en primer lloc, tots els aficionats al futbol estableixen relacions amb els aficionats que estan en el mateix sector de l'estadi. I, en segon, lloc perquè es produeix un compartiment de comportaments i expressió d'emocions.

⁹ amb els risc que implica escriure regles no escrites

En el Capítol 5 plantejàvem la hipòtesi de treball que els episodis violents són més presents en el futbol virtual que quotidianament en els camps. Aquesta hipòtesi sembla corroborar-se a partir del material recollit en el diari de camp. **Tot i així, no voldríem que en la nostra preocupació per definir els aficionats des de la normalitat i sense sobrecentrar-se en la violència ens fes perdre de vista que els aficionats i aficionades al futbol fan una sèrie de comportaments negatius tant a nivell individual com a nivell grupal que van en contra del fairplay i l'esportivitat.** En efecte, tal com s'ha pogut constatar en els ROE, bé sigui com a expressió emocional vinculada a un estímul concret (jugada o esdeveniment) o bé sigui amb la intenció d'animar l'equip propi o fer pressió al contrari, es produeixen una sèrie de comportaments desfavorables al fairplay i l'esportivitat. Aquests comportaments van des dels insults mitjançant cants o crits fins a les agressions (gairebé sempre mitjançant el llançament d'objectes) i que es poden observar en totes les zones de tots els camps segons quins siguin els estímuls presents. **En resum, els aficionats de la LFP no tenen un comportament violent generalitzat tal com podria semblar en ocasions, tot i així si presenten de forma generalitzada comportaments desfavorables al fairplay i l'esportivitat que caldria treballar per convertir en comportaments favorables al fairplay i l'esportivitat.**

Un altre aspecte a destacar és el **pas de la incertesa emotiva del partit a la certesa del resultat** que permet fer les interpretacions posteriors i a una frase que es pot sentir en la major part dels estadis i a molts aficionats *"ja et deia jo que això acabaria així..."*. Una de les curiositats que es produeix amb els aficionats és que els entusiastes i els presencials, tornen al camp la setmana següent independentment del resultat de la setmana anterior, i també quan porten una sèrie de partits sense guanyar. Les dades recollides en els estudis desenvolupats per Wann i col laboradors (Wann, 1997) suggereixen que després d'una derrota hi ha un sentiment negatiu que es recupera abans del partit següent.

El futbol jugat ocupa molt poc temps en relació al temps que ocupa el futbol espectacle pels aficionats. Els aficionats al futbol, tenen un alt grau de contacte amb tot el que aquí hem denominat futbol virtual que es aquell que es produeix i es consumeix a partir dels

mitjans de comunicació. Els mitjans de comunicació (premsa, radio, televisió, etc.) contribueixen a la construcció del futbol espectacle en el que la característica més destacable dels darrers temps es probablement l'increment de la possibilitat de participació del aficionat (a partir de xats, mails, missatges, telefònics, etc.) en certa manera es tracta de comprometre l'aficionat quan més millor amb el futbol espectacle i sembla ser, com ja hem vist en l'apartat dels resultats de les enquestes, que la participació augmenta el compromís.

El futbol virtual es genera a partir dels mitjans de comunicació i la participació dels aficionats, aquesta generació es fa en base als esdeveniments que estan per venir (el proper partit, la propera jornada, etc.) i sobretot la memòria esportiva, i al nostre entendre cal tenir en compte que es la memòria en el sentit que proposa Vázquez (1998) *"en front de la història ancorat en el seu discurs dirigit al present, en la construcció de la memòria les persones operen mitjançant el diàleg i la confrontació negociant els significats que el passat adquireix per al present i establint contextos relacionals a través dels quals es construeixen i signifiquen els camps de possibilitat de les accions futures"* (p.6), i no la història com s'entestaven a dir els mitjans de comunicació.

La nostra visió dels mitjans de comunicació com a participants en l'esport espectacle i no com a simples reproductors del que succeeix, va quedar palesa en l'estudi sobre les notícies i declaracions relacionades amb el fairplay que recullen els diaris abans i després (Cruz, Torregrosa, Boixadós i Valiente, 2000) dels partits de la *Liga de Fútbol Profesional*.

Tant en l'estudi citat anteriorment, com en el que aquí es presenta la conclusió principal és que els mitjans de comunicació tenen una participació activa i constructiva en l'esport espectacle i no només representativa. Tanmateix, no ens agradaria que aquesta postura s'identifiqués amb una postura en contra dels mitjans de comunicació, la simbiosi entre esport i mitjans de comunicació proposada per Whannel (1986) és un fet, sense el qual ni els uns ni els altres haguessin experimentat el creixement que han tingut al llarg del segle XX, i sota el nostre punt de vista això només significa que els mitjans de comunicació,

igual que els jugadors, tècnics aficionats, etc., també tenen un percentatge de responsabilitat en que el futbol espectacle es desenvolupi amb fairplay i l'esportivitat.

8.3. SOBRE LES CARACTERÍSTIQUES DELS INDIVIDUS...

Pel que fa l'avaluació de les característiques dels individus la mostra d'enquestats tot i no haver estat triada a l'atzar en sentit estricte, pot considerar-se representativa de la població d'aficionats que van als estadis a veure partits de futbol si tenim en compte que s'han recollit enquestes en totes les zones dels estadis i tant la distribució per gèneres com per les diferents franges d'edat es corresponen força amb les dades proporcionades pels tècnics en els registres d'observació d'esdeveniments.

Així, adaptant la descripció que Wann (1997) fa de l'aficionat als esports nordamericà (dels quals diu que tenen disposició a ser homes i negres), tindriem que l'aficionat al futbol de l'estat espanyol segons els resultats de les nostres enquestes és home, solter, treballador o estudiant d'aproximadament 30 anys d'edat i que en alguns casos essent soci i en altres no, va gairebé sempre als estadis a recolzar el seu equip.

Sobre les variables utilitzades com a variables per dividir i comparar la mostra d'aficionats enquestats, hem triat el gènere i l'edat com a variables de caire general que en la majoria d'estudis de psicologia proporcionen patrons de respostes diferents, i el tipus d'aficionat com a variable específica producte de la percepció de comportament dels aficionats enquestats. Això no vol dir que altres variables com el fet de tenir vinculació formal al club o no, el tipus de club (mida, tradició, etc.) i altres variables no tinguin importància en l'afició al futbol, senzillament haguessin implicat un altre tipus d'estudi i un altre tipus de mostreig. Tot i així s'han fet diferents proves i els resultats han estat en alguns casos poc interpretables i en d'altres menys rics que les igualtats i les diferències en funció de les variables triades. D'una banda creiem que calen més dades focalitzant, ara sí, en certes variables d'interès en cas de que es vulgui per exemple estudiar si l'afició al futbol es diferent en les ciutats grans que en les ciutats petites. D'altra banda queda descrit amb

força claredat que les motivacions, emocions i compromís dels aficionats estan força més influenciades per l'edat o el tipus de relació que es té amb el mateix, que no pas pel fet d'estar-hi vinculat formalment mitjançant un carnet.

Sobre l'estructura general de valors:

Els valors per definició són tots criteris de decisió positius per a la persona que els sosté, i els aficionats els avaluen com a molt importants per a ells. Els més importants són els immediats, aquells relacionats amb el joc i els partits (Jugar bé, divertir-se, emocionar-se i guanyar), mentre que els més abstractes, essent també molt importants, es troben per sota (la cohesió, l'universalisme o la tradició).

Abans d'entrar a avaluar les diferències entre les subestructures de valors, tal com suggeríem en la part teòrica el fet d'utilitzar els valors com criteris de decisió relativament desvinculats de l'objecte (Torregrosa i Lee, 2000) ens permet establir alguns paral·lelismes entre els valors mostrats per joves practicants d'esports (Lee i cols. 2000, Cruz i cols 2001) i els mostrats pels aficionats en la línia suggerida per Garcia-Mas (2002) d'intentar esbrinar si existeix un continuum entre la persona practicant i l'espectador de futbol. En una primera aproximació, i falta de més dades que permetin aprofundir en la comparació, esportistes i aficionats coincideixen en tenir en un lloc alt en les seves estructures de valors la diversió i el jugar bé (assoliment). Un dels resultats més interessants en aquest sentit és el fet que els aficionats a l'esport valoren més el guanyar que els esportistes practicants (a nivell d'iniciació i de competició no professional), probablement perquè la participació de l'aficionat no permet gaudir d'alguns dels beneficis intrínsecs de la participació en l'esport.

Pel que fa a les diferències entre aficionats i aficionades, les aficionades valoren significativament més que els aficionats el divertir-se i emocionar-se en relació al futbol, així com l'esportivitat i el formar part d'un grup de referència. D'altra banda els aficionats valoren significativament més el guanyar. Aquests resultats són concordants amb els obtinguts en diferents estudis amb esportistes d'iniciació (Cruz i cols. 2001; Gill i cols.,

1983). Al nostre entendre les mesures educatives proposades amb l'objectiu de modificar l'estructura de valors relacionada amb l'esport hauria de perseguir una "feminització" dels mateixos, és a dir, fer més promoció de valors com l'esportivitat i fer part d'un grup de referència i menys el mostrar-se superiors als altres.

Pel que fa a l'edat, la valoració de l'esportivitat augmenta amb l'edat i també la de la tradició. Altres valors com són el formar part d'un grup de referència, el respecte o l'universalisme també presenten una tendència a ser més tinguts en compte com a criteri de decisió pels aficionats més veterans.

La classificació operacional dels aficionats en quatre grups ofereix diferències destacables pel que fa a les subestructures de valors. Els espectadors representen un grup diferent dels tres grups d'aficionats, i com a assistents ocasionals a un espectacle l'emocionar-se i el divertir-se són els valors més importants. En canvi, la tradició o la superioritat són els menys tinguts en compte. A més el guanyar o no els hi preocupa significativament menys que als altres.

D'altra banda els aficionats siguin del tipus que siguin valoren més el guanyar, la tradició, la lleialtat i el mostrar-se superiors als altres. **Les diferències entre els grups queden paleses en el valor principal de cadascuna de les subestructures: el jugar bé pels aficionats presencials, la diversió pels aficionats virtuals i el guanyar pels entusiastes.** Els entusiastes posen el guanyar per davant de tot, en referència als valors és el que podríem denominar com fans o aficionats radicals (sense que hi entri necessàriament la violència).

Anàlisi factorial dels valors

Pel que fa a l'anàlisi factorial de l'instrument de valors, el fet d'interpretar-los en termes de la teoria de Schwartz (1992) resulta plausible i aporta informació rellevant sobre les diferències entre grups. En primer lloc es interessant destacar que, tot i que si havíem trobat diferències significatives pel que fa a valors individualment, quan es pren com a referència les dimensions, no apareixen diferències significatives entre els aficionats i les

aficionades de la mostra, és a dir, globalment els aficionats i les aficionades participen en la mateixa mesura de valors autopromocionals i valors autorascendents, així com de valors que tendeixen a l'obertura al canvi i valors que tendeixen a la conservació en els valors avaluats.

Pel que fa a l'efecte de l'edat, les dades suggereixen que els aficionats al futbol, a mesura que es fan grans participen més de valors autopromocionals i de conservació que quan són joves.

Pel que fa a la classificació d'aficionats és destacable que els entusiastes siguin els que més participen de valors autopromocionals i els espectadors els que menys. Els entusiastes mostren una tendència a l'autopromoció superior també que els aficionats virtuals. En referència a la dimensió de conservadorisme els aficionats són més conservadors que els espectadors fruit de la identificació i vinculació que tenen tots els aficionats i no tenen els espectadors.

Sobre la jerarquitzaçió de motius per anar a l'estadi...

Els aficionats enquestats van, abans de res, a veure el seu equip. El ser aficionat al futbol és un tema de vinculació i d'identificació, tal com ha suggerit recentment Jones (1998) i els treballs nordamericans del grup de Wann i col laboradors (Wann, 1997). A més, en la part superior de la jerarquia, l'aficionat al futbol va a l'estadi per motius de fruïment (divertir-se, gaudir de l'espectacle, esta amb altres aficionats) tots ells motius autoreferenciats.

Altres motius com el tipus de competició, la rivalitat dels contendents i la trajectòria del propi equip, també ocupen un lloc alt dintre de la jerarquitzaçió de motius dels aficionats, i podrien ser classificats com a motius heteroreferenciats. Globalment parlant, els aspectes relacionats amb la programació del partit (dia i hora, seguretat, etc.) preocupen relativament als aficionats. Són motius tinguts en compte a l'hora d'anar a o no al futbol però no preferencials.

Aquests resultats són concordants en part amb els que Wann (1997) proposa com a motius per l'afició a l'esport en el sentit de que els que primer es citen són els d'afiliació i també n'hi ha d'altres que ells anomenen d'entreteniment o estètics i que nosaltres hem denominat de gaudiment.

Sobre les motivacions per anar a l'estadi...

L'anàlisi factorial dels motius dels aficionats per anar als camps de futbol posa de manifest que **gaudir** és la principal motivació de l'aficionat al futbol per anar als camps de futbol a participar dels partits. Per molts observadors no identificats, podria semblar que els aficionats al futbol pateixen molt més que no gaudeixen, i l'observació conductual feta en els camps corrobora aquesta percepció, tanmateix els aficionats ho reporten com a gaudi fet que ha portat a alguns autors (Sloan, 1989; Branscome i Wann, 1994) a interpretar-ho en termes d'**eustress**¹⁰.

Les alternatives a anar al futbol i la programació dels partits pot motivar o desmotivar els aficionats a anar als estadis. Les facilitats per anar a l'estadi són una motivació afegida conjuntament amb la identificació amb l'equip. Les barreres percebudes poden suposar un fre a la intenció de comportament dels aficionats per anar al futbol.

Els aficionats virtuals perceben significativament més barreres i alternatives per anar als estadis que els presencials i els entusiastes i de fet això correlaciona amb la seva percepció de comportament. En canvi, quan hi van, la motivació per gaudir i divertir-se de l'aficionat virtual és significativament superior que la de l'entusiasta.

La identificació amb l'equip que juga influeix significativament menys en els espectadors que hi van només ocasionalment que en els aficionats. Aquests resultats coincideixen plenament amb els treballs d'altres autors (veure Wann, 1997 per revisió) d'aquí la nomenclatura diferenciada d'espectadors per una banda i aficionats per l'altra.

¹⁰ Segons aquest autor l'eustress és una forma positiva d'estrès que estimula i energitza l'individu.

Sobre la jerarquització de motius per veure futbol per televisió...

Si la recerca sobre espectadors i aficionats en els estadis és escassa en els camps europeus, les dades sobre la part virtual de l'esport espectacle són pràcticament inexistents més enllà de les audiències, per això en aquesta part de la discussió poques seran les referències a estudis semblants. La **identificació** amb un dels equips que juga continua essent el motiu principal per que els aficionats vegin partits televisats, igual que passava amb el futbol als camps. També és té molt en compte els equips que juguen, la competitivitat del partit, la rivalitat dels contendents, etc. Entremig, el divertir-se continua essent un dels motius principals dels aficionats per veure futbol televisat.

En aquest cas, també es força tingut en compte que no coincideixi amb un partit a l'estadi, ja que, en general, els aficionats enquestats, quan poden triar entre el partit a l'estadi i el partit televisat opten pel partit a l'estadi.

Motius com estar amb altres aficionats o amics pesen relativament menys per veure futbol que per anar al futbol.

Que el partit sigui o no en obert i les tècniques de retransmissió són els motius que menys preocupen als aficionats per veure partits televisats. Recordem, que tal com s'ha posat de manifest en el diari de camp els partits pagant es veuen sovint en els bars i, per tant, que sigui de pagament no és transcendent perquè els aficionats vegin o no els partits, i en molts d'aquests locals els partits es veuen sense so.

La dada de la poca importància atribuïda a les tècniques de transmissió pot ser interpretada com un indicador indirecte de que globalment l'aficionat tendeix a concebre la retransmissió com una reproducció real del que passa en comptes d'hiperreal.

Sobre les motivacions per veure futbol televisat...

Segons els resultats de l'anàlisi factorial sobre els motius per veure futbol televisat, la motivació principal dels aficionats per veure futbol televisat és presenciar un producte

atractiu. També els motiva gaudir del partit, tenint en compte que les barreres i alternatives poden fer que vegin o no un partit. També la implicació amb el propi equip és una motivació important per veure partits televisats.

Els aficionats i les aficionades estan igualment motivats per veure futbol televisat i tampoc hi ha diferències significatives pel que fa als diferents grups d'edat. En el cas del tipus d'aficionats si que trobem diferències destacables. Concretament, els aficionats virtuals són els més motivats per veure un producte atractiu quan opten per veure futbol televisat, cal tenir en compte que són els que més en veuen.

Els aficionats presencials són els que menys gaudeixen de futbol televisat, dada que es corrobora tenint en compte que són els que menys en veuen.

La implicació amb l'equip també és un important motivador per veure futbol televisat. Com era de preveure, els entusiastes són els més motivats per aquesta dimensió a l'hora d'optar per veure futbol televisat, seguits dels virtuals que ho estan més que els espectadors. En aquest, cas la posició intermedia dels presencials pot estar relacionada amb el fet de que, estant fortament implicats amb el seu club, només van als estadis i, en canvi, veuen molts pocs partits.

Les emocions dels aficionats al futbol...

Tot i que els diferents processos emocionals dels aficionats al futbol han estat avaluats de formes diferents (el cognitiu mitjançant el qüestionari i el conductual mitjançant l'observació) la discussió dels resultats es realitza de forma conjunta.

Les situacions de joc són, en general, estímuls clars que permeten als aficionats identificar sense confusió els processos cognitius relacionats amb ells. Així, pràcticament tots els aficionats experimenten alegria davant dels estímuls positius i experimenten enfadament davant dels estímuls negatius, tot i que en aquest segon cas hi ha una proporció del voltant del 10% que afirmen experimentar preferentment sorpresa i nerviosisme. Pel que fa als processos expressius relacionats amb aquestes emocions,

curiosament, són força semblants tot i que les emocions siguin oposades. En efecte, tal com es recollia en el diari de camp els aficionats s'aixequen de cop, fan gestos ostensibles amb les mans i criden tant quan experimenten emocions positives com quan experimenten emocions negatives, tot i que el contingut dels seus crits sigui diferent en un i altre cas. Observar els aficionats en un camp de futbol és el lloc adient per corroborar, sense massa dubtes, que tal com suggereix Lazarus i Lazarus (1994) les emocions són *“reaccions complexes que comprometen les nostres ments i els nostres cossos. Aquestes reaccions inclouen: un estat mental subjectiu, tal com el sentiment d'ira, d'ansietat o d'amor; un impuls a actuar, tal com fugir o atacar ja s'expressi de manera oberta o no; i canvis profunds en el nostre cos tals com un increment de la taxa cardíaca o la pressió sanguínia”* (p151) en aquesta recerca ens ha quedat per avaluar l'indicador fisiològic, però no descartem incorporar-lo en propers projectes.

Més enllà de les situacions concretes de joc, en un estudi previ (Torregrosa i cols. 1999) vam trobar que el nerviosisme i la sorpresa augmenten considerablement quan s'avaluen els partits de futbol en general i en els diaris de camp ha quedat confirmat que ambdòs augmenten a mesura que avança el partit i en estreta relació amb la **incertesa sobre el resultat**, que es tradueix en un estat general d'activació (per això l'emocionar-se com a valor és molt important, i també com a motius). Quan la incertesa es defineix (amb un gol, expulsió o el final del partit) es produeix un compartiment (*“sharing”*) i una integració en memòria que implica una racionalització *“això ja ho veia venir”*. La influència del resultat del partit en les respostes afectives prepartit i postpartit ha estat demostrada en els estudis d'Sloan (1979, 1989).

Amb els col·lectius participants succeeix quelcom semblant que amb les situacions de joc, quan més concrets i definits, en aquest cas quan més directament relacionats amb el joc estan més definides són les emocions ja sigui positives (jugadors i aficionats) o negatives (arbitres). Amb els col·lectius més allunyats del joc (directius i mitjans de comunicació) les emocions generades són menys definides en positiu o negatiu, i seguint la terminologia que proposàvem en la part teòrica estariem parlant d'afectes i sentiments més que no pas d'emocions pròpiament dites.

Igual que passa amb les motivacions, les emocions estan afectades pel fenomen d'identificació que es produeix en l'afició al futbol. Independentment del col·lectiu, els components del club que els aficionats identifiquen com a propi generen majoritàriament un sentiment d'alegria, seguit de sorpresa i en molta menor mesura enfadament i nerviosisme. En canvi, tots aquells components que l'aficionat identifica com a externs i no s'hi sent vinculat generen sentiments més repartits, tot i que d'enfadament en primer lloc i d'alegria en darrer. L'expressió conductual d'aquests sentiments es observable durant la celebració dels partits en sentit ampli, des de que els participants arriben a l'estadi fins que marxen.

No hi ha diferències significatives entre els aficionats i les aficionades en el moment d'identificar el component cognitiu de les emocions davant de les situacions de joc i els sentiments que inspiren els diferents col·lectius. D'alguna manera segons tot el que hem anat veient fins ara podem dir que proporcionalment hi ha menys aficionades que aficionats, però globalment participen d'estructures de valors comparables, els mouen motivacions similars i experimenten emocions i sentiments comparables.

En canvi, els joves s'enfaden significativament més que els altres dos grups davant dels mateixos estímuls presentats com a desencadenants d'emocions i sentiments. Els veterans per la seva banda experimenten significativament més alegria i menys nervis, es a dir, sembla ser que a mesura que es fa veterà l'aficionat relativitza la transcendència del futbol i el frueix més a nivell emocional.

Pel que fa als tipus d'aficionats, els virtuals experimenten significativament més sorpresa i nervis que els entusiastes. És probable que la causa d'aquesta diferència s'hagi de buscar en el diferent tipus de contacte que tenen amb l'objecte.

A ulls de qualsevol no aficionat, el comportament dels aficionats pot tenir un component masoquista considerable ja que no es estrany veure com segueixen amb la seva afició tot i que els resultats de l'equip siguin dolents, el clima no acompanyi, etc. De totes maneres, tal com hem vist en els valors, les motivacions i les emocions la seva percepció és de diversió i passar-s'ho bé i aquest és un dels components del model de compromís que es

discuteix a continuació. Tal com s'ha comentat prèviament, el fet d'estar sotmesos a dosis altes d'eustress té efectes positius sobre els aficionats al futbol. Arran de les dades i les observacions es posa de manifest que l'expressió conductual de les emocions que es produeixen en el futbol és un dels punts claus de cara a recerques futures i a treballar en projectes que intentin fer de l'afició al futbol un àmbit en el que la promoció del fairplay i l'esportivitat estigui per sobre dels comportaments desfavorables al fairplay y la violència.

8.4. SOBRE LES CONSEQÜÈNCIES DE L'AFICIÓ AL FUTBOL

Com a expressió de les conseqüències de les variables individuals sobre l'afició hem triat el compromís, una variable de caràcter disposicional que segons Scanlan i cols. (1993) expressa tendència al comportament. En aquest treball hem generat un model específic del compromís dels aficionats a partir de les seves motivacions per anar als estadis i per veure futbol televisat. A partir del plantejament d'Scanlan i col laboradors s'ha generat un instrument específic per a la nostra recerca en la que el compromís s'entén com la suma de les motivacions dels aficionats que els porten als estadis restant les motivacions que els porten a no anar als estadis. El mateix sistema s'ha utilitzat referent al futbol televisat. I la consideració conjunta de les motivacions relacionades amb el futbol als estadis i les motivacions relacionades amb el futbol televisat donen lloc al que hem denominat compromís amb el futbol espectacle. La Figura 8.1 recull els factors relacionats amb el compromís dels aficionats amb el futbol.

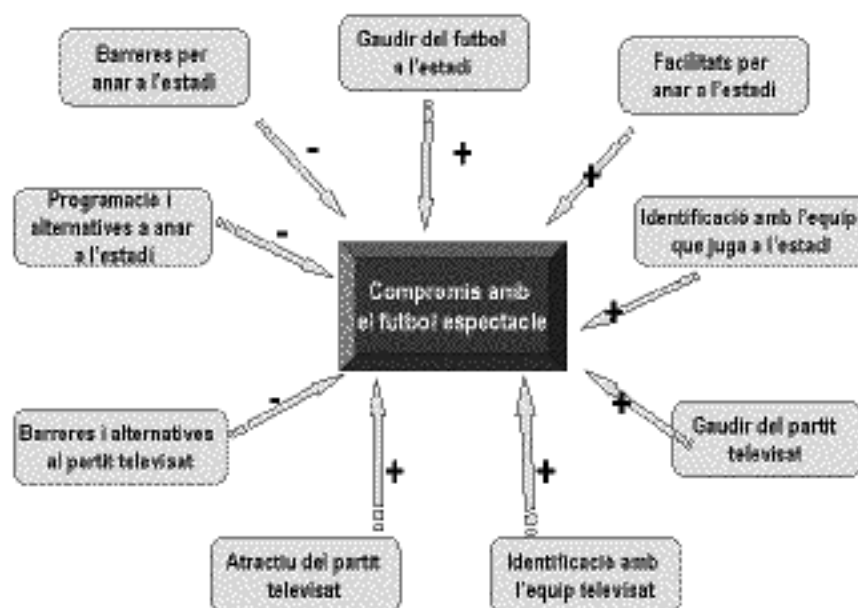


Figura 8.1: Proposta de model de compromís dels aficionats amb el futbol espectacle

Segons els resultats de la nostra recerca una primera aproximació a la modelització del compromís dels aficionats amb el futbol espectacle vindria determinat per:

- ⇒ **El gaudi i la satisfacció dels aficionats en els estadis:** determinada per estar amb d'altres aficionats, divertir-se, que l'equip porti una bona trajectòria i preveure un bon espectacle.
- ⇒ **Les facilitats per participar en el futbol als estadis:** determinada pel fet de que el partit estigui inclòs en l'abonament, els serveis als estadis, la situació i els accessos.
- ⇒ **La identificació dels aficionats amb l'equip que juga.**
- ⇒ **L'atractiu del producte televisat:** determinat per la competitivitat, els equips que juguen en el partit televisat, la rivalitat dels contendents i el bon espectacle previst.
- ⇒ **El gaudi televisiu:** determinada per l'ambient a les grades, el divertir-se, estar amb amics i aficionats i les tècniques de retransmissió.
- ⇒ **La identificació amb el partit televisat:** determinada perquè jugui el propi equip i perquè no coincideixi amb un partit del propi equip en l'estadi.

Essent tots aquests factors que pesen positivament en el model, és a dir que quan més alt sigui el valor en qualsevol d'aquestes dimensions més alt és el grau de compromís dels aficionats amb el futbol espectacle.

Pel que fa als factors que pesen negativament en el model, és a dir, aquells que quan més alt sigui el valor en qualsevol d'aquestes dimensions més baix és el grau de compromís dels aficionats amb el futbol espectacle, tenim:

- ⇒ **La programació de partits i les alternatives a anar a l'estadi:** determinades pel dia i l'hora del partit, la no coincidència amb partits televisats, el no tenir altres activitats a fer, etc.
- ⇒ **Les barreres per anar a l'estadi:** determinades pel preu de les entrades i la rivalitat dels contendents.
- ⇒ **Les barreres i alternatives per veure futbol televisat:** determinades pel dia i hora del partit, que sigui de pagament i no tenir altra activitat a fer.

Aquesta és una primera versió del model sorgida de sengles anàlisis exploratòries de les dades, en endavant, per continuar treballant en el model de compromís caldria revisar l'Inventari de Motius dels Aficionats (IMA), tractant de depurar cadascuna de les dimensions que han emergit en aquesta primera anàlisi.

Pel que fa a la seva validesa, a partir del model de compromís dels aficionats hem pogut veure en el capítol de resultats que en el cas del futbol en els estadis les aficionades estan més compromeses que els aficionats, els veterans més que sèniors i joves, i entusiastes i presencials més que espectadors i aficionats virtuals. Això ens indica que si bé sabem que en els camps de futbol hi ha mes aficionats que aficionades, el compromís amb aquesta activitat és més alt per part de les segones. Que els veterans estiguin més compromesos que sèniors i joves contribueix a trencar la imatge de que els únics aficionats compromesos amb el futbol en els estadis són els radicals que es posen en els gols de tots els camps de primera i segona divisió no s'ha de confondre compromís amb fer soroll. A més, el fet de que els aficionats entusiastes i els presencials estiguin més compromesos amb el futbol als estadis que els virtuals i els espectadors indica que en el

cas dels aficionats el compromís si que està relacionat amb la probabilitat de comportament real (probablement per la inexistència de coaccions socials per continuar vinculat a l'activitat que si es donen en l'esport d'iniciació).

A partir del compromís amb el futbol televisat es pot comprovar que sense que les diferències arribin a ser estadísticament significatives els homes estan més compromesos amb el futbol televisat que les dones. En aquest cas, el grup d'edat més compromès són els sèniors. I dins del tipus d'aficionats es torna a donar una correspondència entre compromís i probabilitat de comportament, ja que els grups més compromesos són els que més partits televisats veuen.

Quan el que analitzem és el nivell de compromís amb el futbol espectacle les diferències anteriorment exposades entre aficionats i aficionades queden compensades i ambdós grups estan igualment compromesos amb el futbol espectacle. Els veterans són els més compromesos amb el futbol espectacle. Finalment, pel que fa als tipus d'aficionats els més compromesos amb el futbol espectacle són els entusiastes, és a dir, aquells que van als estadis i veuen partits televisats.

8.5. EN RESUM, UN PASSATEMPS PROFITÓS O UNA PÈRDUA DE TEMPS?

Caminar pel tall i en equilibri és, probablement, un deure dels que fem recerca en psicologia aplicada, tanmateix caminant pel tall correm el risc de tallar-nos. Tallar-se és anar més enllà del que els objectius, els plantejaments, els mètodes de recerca, les dades que tenim i les anàlisis que hem fet. En el nostre cas, tenint en compte les necessitats i característiques amb que va néixer el projecte i l'objectiu descriptiu del mateix, fins aquí podíem arribar. Després de la descripció detallada dels aficionats al futbol en l'estat espanyol i algunes de les variables que influeixen en la seva afició, queden per propers estudis la modelització de les relacions i pesos relatius de cadascuna d'aquestes variables.

Pensem que es tractava, entre d'altres coses, de contribuir a descriure el públic com una part integrant del futbol, una forma de participació esportiva que, en la mateixa línia que s'ha suggerit amb l'esport d'iniciació (Cruz, Boixadós, Torregrosa i Mimblero, 1996) no és intrínsecament negativa ni positiva i que el fet que vagi en un sentit o altre depèn de la participació i orientació de tots els participants (jugadors, tècnics, directius, àrbitres, mitjans de comunicació, i els mateixos aficionats). Segur que amb aquesta tesi no hem aconseguit solucionar el dilema del passatemp profitós o la pèrdua absurda de temps que ha perdurat durant tot el segle XX amb opinions clarament en contra, com la de Patrick (1903) *"els espectadors, sota l'excitació d'un gran partit, esdevenen 'matons', exhibint una participació violenta i grans paraulotes, oferint adulacions idiòtiques als guanyadors i amuntegant abusos sobre els àrbitres, retinguts sovint només pels propis jugadors d'infligir-los-hi mal físic real"* (p.104)

I opinions clarament a favor, com la de Brill (1929) *"... l'home mig, per raons perfectament entenibles, senzillament no mostrarà massa entusiasme per la idea de sortir i jugar en comptes de veure un partit. D'altra banda, a través de l'operació de les lleis psicològiques de la identificació i la catarsi, l'aficionat es beneficia mental, física i moralment de la seva participació com a espectador en el seu esport favorit"* (p.430). (Citat a Wann, 1997)

Sota el nostre punt de vista l'afició al futbol igual que la pràctica de l'esport no és intrínsecament positiva ni negativa i dependrà de com es planteja i desenvolupi el fet que sigui un passatemp profitós o una pèrdua de temps amb efectes nocius per qui el practica. Òbviament la nostra postura no és neutra i pensem que si es planteja bé l'afició a l'esport pot resultar beneficiosa, tal com suggereixen alguns estudis en els que segons Wann (1997) s'ha trobat que alts nivells d'identificació amb un equip esportiu estan relacionats amb a) nivells alts d'autoestima personal, b) una tendència major a experimentar emocions positives, c) una tendència menor a experimentar emocions negatives i d) nivells més baixos de depressió i alienació. Tanmateix, el mateix autor, reconeix que la recerca en aquesta temàtica es troba encara en les beceroles.

Nosaltres insistim en que cal més recerca i que cal que aquesta recerca s'adapti al context Europeu, adaptant els models nord-americans i anglosaxons a una realitat, l'esportiva, amb unes especificitats pròpies, tant pel que fa a la pràctica com pel que fa a la participació com a aficionats. En aquest sentit, probablement sí que aquesta tesi representa una petita passa que acabem a continuació amb les conclusions i algunes propostes d'investigació futures.

8.6. CONCLUSIONS

- ⇒ La integració de metodologies és un sistema adient per fer recerca psicològica aplicada a fenòmens complexes.
- ⇒ L'esquema per a l'estudi de l'afició al futbol recull les característiques del fenomen d'estudi i permet plantejar un marc general de recerca.
- ⇒ La classificació del públic diferenciant els espectadors dels aficionats i dins dels aficionats entre presencials, virtuals i entusiastes reflexa acuradament quatre de les modalitats de contacte amb el futbol espectacle.
- ⇒ L'entorn de l'aficionat al futbol té una influència important en la definició i manteniment de l'afició.
- ⇒ Dins d'aquest entorn cal distingir el futbol real jugat als estadis del virtual o hiperreal desenvolupat a partir dels mitjans de comunicació.
- ⇒ El futbol espectacle és un continuum format pel futbol real i el futbol virtual que es perllonga gairebé ininterrompudament en el temps.
- ⇒ La celebració de partits reals ve influida per uns previs virtuals i seguida d'uns postpartits del mateix tipus, que són al mateix temps els previs del següent partit.
- ⇒ L'aficionat pot tenir una percepció de participació directa molt alta fruit del diàleg-monòleg que estableix amb el partit (atenció participació es diferent d'influència).
- ⇒ La major part de comportaments dels aficionats durant el partit són expressions d'emocions que en funció de l'estímul poden esdevenir comportaments favorables al fairplay i l'esportivitat, neutres o desfavorables al fairplay i en ocasions violents.
- ⇒ Les reaccions emocionals davant de l'equip amb que s'identifiquen els aficionats (ingroup) són generalment positius. Mentre que les reaccions emocionals davant dels altres (outgroup) i els àrbitres inclouen tant negatives, com inespecífiques, com alguns positiva.

- ⇒ Generalment els comportaments individuals tenen un antecedent més fàcilment identificable
- ⇒ Els mitjans de comunicació no són només reproductors del futbol espectacle sinó que també en són constructors, en conseqüència també tenen una part de responsabilitat en què aquest es desenvolupi amb fairplay i esportivitat.
- ⇒ Els valors de que participen els aficionats són una variable que ens permet compararlos amb els que el practiquen. El jugar bé, la diversió i l'emoció són els valors principals. El guanyar es relativament més important pels aficionats que pels esportistes joves.
- ⇒ Els entusiastes són l'únic grup de públic que es caracteritza per valorar el guanyar per sobre de qualsevol altre valor.
- ⇒ La motivació principal dels aficionats és veure l'equip amb el que s'identifiquen ja sigui en els estadis o per televisió, resultat que es concorda amb els estudis de Wann (1997).
- ⇒ El fet de gaudir tant del futbol en l'estadi com el televisat també són tinguts molt en compte.
- ⇒ Les barreres i alternatives al futbol pesen força poc pels aficionats y més pels espectadors.
- ⇒ L'equip amb que s'identifiquen els aficionats provoca més emocions positives que els altres. Davant dels quals hi ha una dispersió emocional més gran.
- ⇒ La funció d'arbitrar i la tasca dels àrbitres produeix emocions molt negatives en els aficionats.
- ⇒ Proporcionalment, hi ha menys aficionades que aficionats, tanmateix presenten un perfil similar pel que fa a la seva estructura de valors, les motivacions per anar als camps, les motivacions per veure partits televisats, etc.
- ⇒ Els aficionats més veterans estan més compromesos amb el futbol espectacle que els joves.

⇒ Els entusiastes són els més compromesos amb el futbol espectacle mentre que els espectadors ocasionals són els que menys ho estan.

8.7. PROPOSTES PER FUTURES INVESTIGACIONS

Poden ser moltes les propostes de recerca a fer a partir del que s'ha fet aquí, entre les que més ens engresquen són:

- ⇒ Estudiar sistemàticament els efectes dels aficionats sobre l'execució esportiva
- ⇒ Fer més observació sistemàtica per estudiar les regles normatives dels aficionats al futbol
- ⇒ Classificar les reaccions emocionals dels aficionats al futbol i proposar la seva gestió en positiu
- ⇒ Continuar amb l'estudi dels valors, les motivacions i les emocions dels aficionats per veure si existeix un continuum entre la persona practicant i l'espectador de futbol
- ⇒ Millorar la fiabilitat i la validesa dels qüestionaris utilitzats a costa de disminuir la representativitat de la mostra.
- ⇒ Construir un instrument específic per mesurar el Compromís dels Aficionats al Futbol
- ⇒ Construir un instrument sistematitzat d'observació del públic

Dime con quien andas y te diré quien eres.



9. REFERÈNCIES

- Adán, M.T. (1998). Ultras e hinchas: política y violencia en el fútbol en España. *Política y Violencia en el Fútbol*, (pp.107-129). Madrid: CSD.
- Alabarces, P.; & Rodríguez, M.G. (1996). Cuestión de pelotas: fútbol, deporte, sociedad, cultura. Buenos Aires: Atuel.
- Alabarces, P.; Di Giano, R.; & Frydenberg, J. (1998). Deporte y Sociedad. Buenos Aires: EUDEBA.
- Alonso, C.; Boixadós, M. & Cruz, J. (1995). Asesoramiento a entrenadores de baloncesto. Efectos en la motivación deportiva de los jugadores. *Revista de Psicología del Deporte*, 7-8, 135-146
- Andrade, E. M. (1998). Análisis psicométrico del POMS para su aplicación en el ámbito deportivo. Tesis Doctoral no publicada. Universidad de Santiago de Compostela.
- Andrade, E.M.; Arce, C.; & Seoane, G. (2000). Aportaciones del POMS a la medida del estado de ánimo de los deportistas: estado de la cuestión. *Revista de Psicología del Deporte*, 9/1-2, 7-20.
- Antonelli, F. (Editor) (1965). Proceedings, First International Congress of Sports Psychology. Roma: F.M.S.I.
- Apter, M. J. (1989). *Reversal theory: motivation, emotion and personality*. London: Routledge.
- Archetti, E. (1994). Masculinity and football: the formation of national identity in Argentina. In J. Williams & R. Giulianotti (Eds.) *Game without frontiers: football, identity and modernity* Hants, UK.,: Arena.
- Archetti, E. (1997). And give joy to my heart. Ideology and emotions in the Argentinean cult of Maradona. In G. Armstrong & R. Giulianotti (Eds.) *Entering the field. New perspectives on World Football*. (pp. 31-52). Oxford: Berg.
- Armstrong, G. (1998). *Football Hooligans*. Oxford and New York: Berg
- Armstrong, G.; Giulianotti, R. (1997). *Entering the field: New perspectives on world football*. Oxford and New York: Berg.
- Atkinson, J. W. (1958). *Motives in fantasy action and society*. Princeton, N.J: Van Nostrand.

Referències

- Averil, J. R. (1996). An analysis of psychophysiological symbolism and its influence on theories of emotion. In R. Harré & W.G. Parrot (Eds.) *The emotions*. (pp. 204-228). London: Sage.
- Balaguer, I.; Fuentes, I.; Melia, J.L.; Garcia-Merita, M.L.; & Perez-Recio, G. (1993). El perfil de estados de ánimo (POMS): Baremo para estudiantes valencianos y su aplicación en el contexto deportivo. *Revista de Psicología del Deporte*, 4, 39-52.
- Bardi, A.; & Schwartz, S. (1994). *Values and behaviour in sport: a theoretical framework*. Comunicació presentada en el 23rd International Congress of Applied Psychology. Julio 1994 Madrid.
- Basabe, N.; Paez, D.; Valencia, J.; Rimé, B.; Pennebaker, J.; Diener, E.; & González, J.L. (2000). Sociocultural factors predicting subjective experience of emotion: a collective level analysis. *Psicothema* 12, 55-69.
- Bauer, G.; & Ueberle, G. (1988). *Fútbol*. Barcelona: Martínez.
- Bayés, R. (1980). *Una introducción al método científico en psicología*. Barcelona: Martínez Roca,
- Bayés, R. (2001). *Psicología del sufrimiento y de la muerte*. Barcelona: Martínez-Roca.
- Bayés, R.; Comellas, B.; Lorente, S.; & Viladrich, M.C. (1998). Información, miedo y discriminación en la pandemia por VIH/Sida. *Psichotema*, 10/1, 127-134.
- BBC (2000). Macintyre Undercovered.
- Boixadós, M. (1995). *Avaluació d'Actituds de Fairplay en Jugadors de Futbol Joves i els seus Entrenadors*. Treball de recerca no publicat. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Boixadós, M. (1997). *Avaluació del clima motivacional i de les actituds de fairplay en futbolistes alevins i infantils i efectes de l'entrenament psicològic en llurs entrenadors*. Bellaterra: Tesi doctoral no publicada.
- Boixadós, M.; Torregrosa, M.; Mimbbrero, J.; & Cruz, J. (1995) *Elaboració d'un instrument per a l'observació del fairplay en futbol*. En *Actes de les XIII Jornades de l'Associació Catalana de Psicologia de l'Esport*.
- Bond, C. F. (1982). Social facilitation: a self-representational view. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 1042-1050.

- Braithwaite, V.; & Law, H. G. (1985). Structure of human values: testing the adequacy of the Rokeach Value Survey. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 250-263.
- Branscombe, N.; & Wann, D. (1994). Collective self-esteem consequences of out-group derogation when a valued social identity is on trial. *European Journal of Social Psychology*, 24, 641-657.
- Brickman, P. (1987). *Commitment, conflict, and caring*. Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall.
- Bromberger, C. (1988). *Pour une ethiologie du spectacle sportif: les matches de football à Marseille, Turin et Naples*. Strasbourg: University of Strasbourg Press.
- Bryman, A. (1988). *Quantity and quality in social research*. London: Routledge.
- Bueno, J. (en preparació) La autoeficacia, las emociones y los recursos de afrontamiento como variables mediadoras de la influencia del establecimiento de objetivos sobre la resistencia física en atletas.
- Cagigal, J.M. (1981). *Deporte: espectáculo y acción*. Barcelona: Salvat Editores.
- Canter, D.; Comber, M.; & Uzzell, D. (1989). *Football in its place*. London: Routledge.
- Cantón, E. (1999). Motivación en el deporte, ¿de qué estamos hablando? *Revista de Psicología del Deporte*, 8(2), 277-283.
- Capdevila, Ll. (1989). Efectos del entrenamiento psicológico sobre el estrés de competición y sobre la eficacia cardiorrespiratoria, en atletas mediodfondistas. Tesis doctoral publicada en microfilm. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Capdevila, Ll. (1997). Metodología de evaluación en Psicología del deporte. En J. Cruz (Ed.). *Psicología del Deporte*. (pp. 111-145). Madrid: Síntesis.
- Capdevila, Ll.; & Cruz, J. (1992). Análisis de series temporales aplicado al estudio de la emoción y de la conducta en un atleta. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 45, 103-111.
- Chalmers, A. (1982). *¿Qué es esa cosa llamada ciencia?* Madrid: Siglo XXI.
- Cialdini, R.; Borden, R.; Thorne, A.; Walker, M.; Freeman, S.; & Sloan, L. (1976). Basking in Reflected Glory; Three (Football) Field Studies. *Journal of Personality and Social Psychology* 34 (3) 366-375.

- CIFP (1992). *Fair Play para todos. Declaración internacional del Comité para el Fair Play*. Stuttgart D.: Grafisches Atelier.
- Clarke, A. (1992). Figuring a brighter future. In E. Dunning & C. Rojek (Eds.). *Sport and Leisure in the Civilizing Process: Critique and counter-critique*. London: Macmillan.
- Comte, A. (1896). *The positive philosophy*. London: George Bell & Sons, .
- Coté, J.; Salmela, J.; Trudel, P.; Baria, A.; & Russell, S. (1995). The coaching model: a grounded assessment of expert gymnastic coaches' knowledge. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 17(1),1-17.
- Creswell, J. W. (1994). *Research design. Qualitative and quantitative approaches*. London: Sage.
- Cruz, J. (1992). Causes de la violència en l'esport infantil i intervencions psicològiques per a promoure el fairplay. *Actes de les VII Jornades de l'Associació Catalana de Psicologia de l'Esport*, (pp.159-166). Barcelona: ACPE.
- Cruz, J. (1994). El asesoramiento psicológico a entrenadores: experiencia en baloncesto de iniciación. *Apunts. Educació física*, 35, 5-14.
- Cruz, J. (1997a). *Do the rules protect fairplay in professional sport?* Conferencia convidada en el III European Seminaire on Fairplay. Oeiras, Portugal, Juliol 1997.
- Cruz, J. (1997b) (Ed.). *Psicología del Deporte*. Madrid: Síntesis.
- Cruz, J.; & Riera, J. (1991). Psicología del deporte: Valoración de las primeras definiciones y replanteamiento de la década de los ochenta. En J. Riera y J. Cruz (Editores). *Psicología del Deporte. Aplicaciones y Perspectivas*. Barcelona: Martínez Roca.
- Cruz, J.; Boixadós, M. ; Capdevila, Ll.; Mimbrero, J.; Torregrosa, M.; & Valiente, L. (1998). *Informe Técnico del Proyecto: Evaluación del Fairplay en el Deporte Profesional y de Iniciación*. Madrid: CSD.
- Cruz, J.; Boixadós, M.; Torregrosa, M.; & Mimbrero, J. (1996). ¿Existe un deporte educativo?: Papel de las competiciones deportivas en el proceso de socialización del niño. *Revista de Psicología del Deporte*, **9-10**, 103-109.
- Cruz, J.; Boixadós, M.; Valiente, L.; & Capdevila, L. (1995). Prevalent values in young Spanish soccer players. *International Review for the Sociology of Sport*, **30**, 353-373.
- Cruz, J.; Boixadós, M.; Valiente, L.; & Torregrosa, M. (2001). Es perd el fairplay i l'esportivitat en l'esport en edat escolar? *Apunts Educació Física i Esports*, 64, 6-16.

- Cruz, J.; Boixadós, M.; Valiente, L.; Ruiz, A.; Arbona, P.; Molons, Z.; Call, J.; Berbel, G.; & Capdevila, L. (1991). Valores relevantes en jóvenes jugadores de fútbol. *Revista de Investigación y Documentación sobre las Ciencias de la Educación Física y el Deporte*, **19**, 83-99.
- Cruz, J.; Capdevila, L.; Boixadós, M.; Pintanel, M.; Alonso, C.; Mimbbrero, J.; & Torregrosa, M. (1996). Identificación de conductas, actitudes y valores relacionados con el Fairplay en Deportistas Jóvenes. *Valores Sociales y Deporte: Fairplay versus Violencia*. (pp.38-67). Madrid: Consejo Superior de Deportes.
- Cruz, J.; Torregrosa, M.; Boixadós, M.; & Valiente, L. (2000). Fairplay y deportividad. En P. Tomás (Ed.) *Un gol al futuro: claves del fútbol profesional para el siglo XXI*. (pp. 195-215). Madrid: Liga de Fútbol Profesional.
- Cuevas, N.; Dinero, T.; & Feit, M. (1996). Reading qualitative research from a methodological point of view. *Journal of Health and Social Policy*, **8**, 73-90.
- De Biasi, R.; Lanfranchi, P. (1997). The importance of difference: football identities in Italy. In G. Armstrong & R. Giulianotti (Eds.) *Entering the field. New perspectives on World Football*. (pp. 87-104). Oxford: Berg.
- Del Villar Álvarez, F. (1994). La credibilitat de la investigació qualitativa en l'ensenyament de l'educació física. *Apunts: Educació Física i Esports*, **37**, 26-33.
- Demos, J. (1996). Shame and Guilt in Early New England. In R. Harré & W.G. Parrot (Eds.) *The emotions*.(pp. 74-88). London: Sage.
- Deutscher, I. (1973). *What we say / what we do: sentiments and acts*. Glenview, Ill.: Scott, Foresman.
- DPE (2001). Les emocions en l'educació: una renovació emergent. *Perspectiva Escolar*, **256**, 1-85.
- Duda, J.L. (1993). Goals: a social-cognitive approach to the study of achievement motivation in sport. En R. Singer, L. Tennat & M. Murphey (Editors). *Handbook of Research on Sport Psychology*. (pp. 600-619). London: McMilland
- Duda, J.L. (2001). Achievement goal research in sport: pushing the boundaries and clarifying some misunderstandings. In G. Roberts (Ed.) *Advances in Motivation in Sport and Exercise*. (pp. 129-182). Champaign, Il.: Human Kinetics.
- Duke, V. (1991). The Sociology of Football: A Research Agenda for the 1990's. *Sociological Review* **39** (3) 627 - 645.

- Duke, V.; & Crolley, L. (1996). *Football, nationality and the state*. London: Longman.
- Dunning, E. (1994). The social roots of football hooliganism: a reply to the critics of the "Leicester School". In R. Giulianotti, N. Bonney & M. Hepworth (Eds.) *Football, violence and social identity*. London: Routledge.
- Dunning, E.; Murphy, P.; & Williams, J. (1986). Spectator Violence at Football Matches: Towards a Sociological Explanation. *British Journal of Sociology* **37** 221-244.
- Dunning, E.; Murphy, P.; & Williams, J. (1988). *The roots of football hooliganism*. London: Routledge.
- Durán, J. (1996). El vandalismo en el fútbol. Una reflexión sobre la violencia en la sociedad moderna. Madrid: Gymnos.
- Durán, J. (1999). Características psicosociales del hicha violento. Conferencia presentada en el I Congreso Internacional de Psicología Aplicada al Deporte. Madrid: Noviembre de 1999.
- Durán, J.; Garcia Ferrando, M.; & Latiesa, M. (1998). El deporte mediático y la mercantilización del deporte: la dialéctica del deporte de alto nivel. En M. García Ferrando, N. Puig y F. Lagardera (Comps.) *Sociología del deporte*. (pp. 205-230). Madrid: Alianza Editorial.
- Durkheim, E. (1951). *Suicide: a study of sociology*. New York: Free Press.
- Elejabarrieta, F (1994). *El método de encuesta*. UAB: No Publicado.
- Feather, N. (1982). *Expectations and actions: expectancy-value models in psychology*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Feltz, D. (1988). Self-confidence and sports performance. In K. B. Pandoff (Ed.) *Exercise and Sport Sciences Reviews* (pp.423-457). New York: McMillan
- Feltz, D. (1992). Understanding motivation in sport: a self-efficacy perspective. In G. Roberts (Ed.). *Motivation in Sport and Exercise*. Champaign, Ill.: Human Kinetics.
- Fernández Santander, C. (1990). *El fútbol durante la guerra civil y el franquismo*. Madrid: Editorial San Martín.
- Fielding, N.; & Schreier, M. (2001). Introduction: On the compatibility between Qualitative and Quantitative Research. *Forum: Qualitative Social Research* [Revista on line], 2(1). Available at: <<http://qualitative-research.net/fqs/fqs-eng.htm>> [data d'accés: 13/02/01]

- Finkenauer, C.; & Rime, B. (1998). Socially shared emotional experiences vs. emotional experiences kept secret: differential characteristics and consequences. *Journal of Social and Clinical Psychology, 17/3*, 295-318.
- Fynn, A.; & Davidson, H. (1996). *Dream on*. London: Simon and Schuster.
- Garcia-Mas, A. (2002). La Psicología del Fútbol. En Dosil (Ed.) El psicólogo del deporte: asesoramiento e intervención. Madrid: Sínteis (En prensa).
- Garcia – Mas (2001). Los padres de los jóvenes deportistas de competición: aplicación del modelo de compromiso deportivo. Ponencia invitada al VII Congreso Naacional de Psicología de la Actividad Física y el Deporte. Pontevedra.
- García-Mas, A. (1997). La psicología del deporte y sus relaciones con otras ciencias del deporte. *Revista de psicología del Deporte, 11*, 103-114.
- Garrido, V. (1985). Después de Heysel: el espectador como agresor. *Actas de las Jornadas de Ciencias Aplicadas al Deporte: Deporte, Agresividad y Violencia*, (pp.117-124). València: Conselleria d'Esports.
- Giulianotti, R.; Bonney, N.; & Hepworth, M. (1994). *Football, violence and social identity*. London: Routledge.
- Giulianotti, R. (1989). A critical overview of British Sociological Investigation into soccer hooliganism in Scotland and Britain. *Working papers on football violence, 1*. Department of Sociology, University of Aberdeen.
- Giulianotti, R.; & Williams, J. (1994). *Game without frontiers. Football, Identity and Modernity*. Hants, U.K: Arena.
- Goleman, D. (1996). *Inteligencia Emocional*. Barcelona: Kairós.
- Green, J.; Caracelli, V.; & Graham, W. F. (1989). Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs. *Educational Evaluation and Policy Analysis, 11/3* 255-274.
- Grinsburg, J.P.; & Harrington, M.E. (1996). Bodily states and context in situated lines of action. In R. Harré & W.G. Parrot (Eds.) *The emotions*. (pp. 229-258). London: Sage.
- Guerin, B. (1986). Mere presence effects in humans: a review. *Journal of Experimental Social Psychology, 22*, 38-87.
- Gutiérrez, M. (1995). *Valores Sociales y deporte. La actividad física y el deporte como transmisores de valores sociales y personales*. Madrid: Gymnos.

Referències

- Gutiérrez, M. (1998). Desenvolupament de valors en l'educació física i l'esport. *Apunts Educació Física i Esports*, **51**, 100-108.
- Hair, J.F. ; Anderson, R.E.; Tatham, R.L.; & Black, W.C. (1999). *Análisis multivariante*. Madrid: Prentice Hall.
- Hanin, Y. (2000). *Emotions in sport*. Champaign, Ill.: Human Kinetics.
- Harré, R. (1986). *The Social Construction of Emotions*. Oxford: Basil Blackwell.
- Harré, R.; & Parrot, W. G. (1996). *The emotions: Social, cultural and biological dimensions*. London: Sage Publications.
- Harris, H. (1972). *Aspects of Greek and Roman life*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Haynes, R. (1995). *The football imagination: the rise of football fanzine culture*. Aldershot: Arena.
- Heaton, A. W.; & Sigall, H. (1991). Self-consciousness, self-representation, and performance under pressure: who chokes and when? *Journal of Applied Social Psychology*, **21**, 175-188.
- Heelas, P. (1996). Emotion talk across cultures. In R. Harré & W.G. Parrot (Eds.) *The emotions*. (pp. 171-199). London: Sage.
- Hess, U.; Philippot, P.; & Blairy, S. (1998). Facial reactions to emotional facial expressions: affect or cognition? *Cognition and emotion*, **12**(4), 509-531.
- Hognestad, H. (1997). The jambo experience: an antropological study of hearts fans. In G. Armstrong & R. Giulianotti (Eds.) *Entering the field: new perspectives on world football* (pp. 193-210). Oxford: Berg.
- Hughson, J. (1997). The bad blue boys and the "magical recovery" of John Clarke. En G. Armstrong & R. Giulianotti (Eds.). *Entering the field. New perspectives on World Football*. (pp. 239-259). Oxford: Berg.
- Hunger, I.; & Thiele, J. (2000). Qualitative research in Sport Science. *Forum: Qualitative Social Research* [Revista on line], **1**(1). Disponible en: <<http://qualitative-research.net/fqs-texte/1-00>> [data d'accés: 05/04/00]
- Iñiguez, L. (1995). Métodos cualitativos en psicología social: presentación. *Revista de Psicología Social Aplicada*, **5**, 5-26.
- Izquierdo, C. (2000). Comunicación interpersonal y crecimiento emocional en centros educativos: un modelo interpretativo. *Educar*, **26**, 127-149.

- Jackson, S. (1995). The growth of qualitative research in sport psychology. In T. Morris & J. Summers (Eds.) *Sports Psychology: Theory, Applications and Issues* (pp. 575-591). Australia: National Library.
- James, W. (1884). What is an emotion? *Mind*, 19, 188-205.
- Javaloy, F. (1987). Espectáculo deportivo y liberación emocional. *Revista de Psiquiatría y Psicología Humanista*, 18, 18-25.
- Javaloy, F. (1989). El comportamiento colectivo en el deporte. *Anuario de Psicología*, 40, 25-45.
- Javaloy, F. (1996). Hinchas violentos y excitación emocional. *Revista de Psicología del Deporte*, 9-10, 93-102.
- Jones, I. (1997). Mixing qualitative and quantitative methods in sports fan research. *The Qualitative Report*, 3,4 Disponible en: <<http://www.nova.edu/ssss/qr/qr3-4/jones.html>> [data d'accés: 04/04/00].
- Jones, I. (1998). Football fandom: football fan identity and identification at Luton Town Football Club. Tesi doctoral no publicada: University of Luton.
- Katz, D. (1960). The Functional Study of Attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24, 243-256.
- Kelley, H.H. (1983). Love and commitment. In H.H. Kelley, E. Berscheid, A. Christensen, J.H. Harvey, T.L. Huston, G. Levinger, E. McClintock, L.A. Peplau, & D.R. Petersen (Eds.), *Close relationships* (pp. 256-314). New York: W.H. Freeman & co.
- Kerr, J. H. (1994). *Understanding soccer hooliganism*. Milton Keynes, UK: Open University Press.
- Kerr, J. H. (1997). *Motivation and Emotion in Sport. Reversal Theory*. Hove (UK): Psychology Press.
- Khun, T. (1970). *The structure of scientific revolutions*. Chicago: University Press.
- Kluckhohn, C. (1951). Values and value Orientations in the theory of action: An exploration in definition and classification. En T. Parsons & E. Shils, (Eds.), *Toward a general theory of action*. (pp.388-433). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Krane, V.; Andersen, M.B.; & Streaan, W.B. (1997). Issues of Qualitative Research Methods and Presentation. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 19, 213-218.
- Kriestensen, C.; & Zanna, M. (1988). Justifying attitudes by appealing to values: a functional perspective. *British Journal of Social Psychology*, 27, 247-256.

- Kvale, S. (1994). The standard objections to qualitative research interviews. *Journal of Phenomenological Psychology, 25*, 147-173.
- Landam, J. (1996). Social control of negative emotions: the case of regret. In R. Harré & W.G. Parrot (Eds.) *The emotions*. (pp. 89-116). London: Sage.
- Lanfranchi, P. (1994). Exporting football: notes on the development of football in Europe. In R. Giulianotti & J. Williams (Eds.) *Game without frontiers: football, identity and modernity* (pp. 23-46). Hants, UK: Arena.
- Lang, P. J. (1968). Fear reduction and fear behaviour: problems in treating a construct. *Research in Psychology, 16*, 495-512.
- Lang, P.J.; Rice, D.G.; & Sternbach, R.A. (1972). Psychophysiology of emotion. In N. S. Greenfield & R.A. Sternbach (Eds.), *Handbook of psychophysiology*. New York: Holt.
- Lange, C. G.; & James, W. (1922). *The Emotions*. Vol. 1. Baltimore: Williams and Wilkens.
- Lazarus, R. S. (1991). *Emotions and adaptation*. Oxford: University Press.
- Lazarus, R.S. & Lazarus, B.N. (1994). *Passion and reason. Making sense of our emotions*. Oxford: Oxford University Press.
- Lazarus, R. S. (2000). How emotions influence performance in competitive sports. *The Sport Psychologist, 14*, 229-252.
- Lazersfeld, P.; & Wagner, T. (1958). *Academic mind*. New York: Free Press.
- LeDoux, J. E. (1993). Emotional networks in the brain. In P. Ekman & J.M. Haviland (Eds.), *Handbook of emotions*, (pp.109-118). New York: The Guilford Press.
- Lee, M. (1996). Young people, sport and ethics: values and attitudes in youth sport. Summary prepared for the Sports Council.
- Lee, M.; & Cook, C. (1990). *Review of the literature on fairplay with special reference to children's sport*. Comunicació presentada al Council of Europe Meeting on Fairplay in Children's Sport. Paris: Novembre 1989.
- Lee, M.; & Torregrosa, M. (1999). Value systems and attitudes among elite junior rugby players. Manuscrit no publicat.
- Lee, M.; & Whitehead, J. (2000). *Values, achievement motives, and moral attitudes in youth sports*. No publicat: Seminari del Grup d'Estudis de Psicologia de l'Esport (UAB).
- Lee, M.; & Whitehead, J. (2001). Belief systems as antecedents of moral attitudes in youth sport: a rationale. Proceedings of the 10th World Congress of Sport Psychology. In the dawn of the new millennium. Pp.187-188.

- Lee, M.; O'Donoghue, R.; & Hodgson, D. (1990). *The measurement of values in children's sport*. Strasbourg: Council of Europe.
- Lee, M.; Whitehead, J.; & Balchin, N. (2000). The measurement of values in youth sport: Development of the Youth Sport Values Questionnaire. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 22, 289-308.
- Leite Lopes, J. (1997). Successes and contradictions in 'Multiracial' Brazilian football. En G. Armstrong & Guilanotti, R. (Eds.) *Entering the field: new perspectives on world football*. (pp. 53-86). Oxford: Berg.
- León, O.; & Montero, I. (1997). *Diseño de Investigaciones*. Madrid: McGraw-Hill.
- Magill, R. A. (1985). *Motor learning. Concepts and applications*. Dubuque: W.C. Brown.
- Maguire, J. (1986). "The Emergence of Football Spectating as a Social Problem 1880-1985: A Figurational and Developmental Perspective". *Sociology of Sport Journal*, 3, 217-244.
- Manstead, A. S. R.; & Semin, G. R. (1980). Social facilitation effects: mere enhancement of dominant responses? *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 19, 119-136.
- Martens, R. (1979). About smocks and jocks. *Journal of Sport Psychology*, 1, 94-99.
- Martens, R. (1987). Science, knowledge and sport psychology. *The Sport Psychologist*, 1, 29-55.
- Maturana, H. (1998). *Biología del emocionar y Alba Emoting*. Santiago de Chile: Dolmen.
- Maturana, H.; & Varela, F. (1990). *El árbol del conocimiento*. Madrid: Debate.
- Mayer, J.D.; Salovey, P.; & Caruso, D. (2000). Models of emotional intelligence. In R. J. Sternberg (Ed.) *Handbook of intelligence*. (pp. 396-420). New York: Cambridge University Press.
- Mayor, L.; & Cantón, E. (1995). Direcciones y problemas del análisis de la motivación y emoción en la actividad física y el deporte. *Revista de Psicología del Deporte*, 7-8, 99-112.
- Mayor, L.; & Tortosa, F. (1990). *Ámbitos de aplicación de la Psicología Motivacional*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Forum: Qualitative Social Research* [Revista on line], 1(2). Disponible en: <<http://qualitative-research.net/fqs-e/2-00inhalt-e.htm>> [data d'accés: 26/06/00]

Referències

- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. New York: Free Press.
- McCormack, (1984). *What they don't teach you at Harvard Business School*. London: Collins.
- Midwinter, E. (1986). *Fair Game: Myth and Reality in Sport*. London: Allen and Unwin.
- Moltó, J. (1995). *Psicología de las emociones. Entre la Biología y la Cultura*. Valencia: Albatros.
- Moorhouse, H. (1986). It's goals that count? Football finance and football subcultures. *Sociology of Sport Journal*, 3, 245-260.
- Muhr, T. (1997). *Atlas.ti. The knowledge workbench. Short User's Manual* (Version 4.1).
- Muñoz, J. (2002). Análisis cualitativo de datos textuales con Atlas.Ti. Versión 203. <http://seneca.uab.es/jmunoz/Cuali/Manual.htm> [fecha de consulta: enero 2002]
- Murphy, P.; Dunning, E.; & Williams, J. (1990). *Football on Trial*. London and New York: Routledge.
- Murray, H.A. (1938). *Explorations in personality*. New York: Oxford University Press.
- Murrell, A.; & Dietz, B. (1992). Fan Support of Sports Teams: The Effect of a Common Group Identity. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 14 28-39.
- Nchoji Nkwi, P.; & Vidacs, B. (1997). Football: politics and power in Cameroon. En G. Armstrong & Guilanotti, R. (Eds.) *Entering the field: new perspectives on world football*. (pp123-140). Oxford: Berg.
- Nitsch, J. R. (1997). Empirical research in Sport Psychology: A critical review of the laboratory-field controversy. *European Yearbook of Sport Psychology*, 1, 1-28.
- Nowell-Smith, G. (1979). Television-football-the world. *Screen*, vol.19/4.
- Oishi, S; Schimmack, U.; Diener, E. & Suh, E. (1998). The Measurement of Values and Individualism-Collectivism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 11, 1177-1189.
- Palmero, F.; & Fernández-Abascal, E. (1998). *Emociones y adaptación*. Barcelona: Ariel Psicología.
- Pandit, N. R. (1996). The creation of theory: a recent application of the grounded theory method. *The qualitative Report*, 2/4. (<<http://www.nova.edu/ssss/qr/qr2-4/pandit.html>>).

- Papaïonau, A.; Goudas, M.; & Theodorakis, Y. (2001). In the dawn of the new millennium. Thessalonica, GR.: Christodoulidi Publications.
- Papp, G.; & Prisztoka, G. (1995). Sportsmanship as an Ethical Value. *International Review for Sociology of Sport*, 30(3), 375-389.
- Parrot, W.G.; & Harré, R. (1996). Embarrassment and the threat to character. In R. Harré & W.G. Parrot (Eds.) *The emotions*. (pp.39-56). London: Sage.
- Patrick, G. T. (1903). The psychology of football. *American Journal of Psychology*, 14, 104-117.
- Payne, M. (1996). Audience of the games and audience of the ceremonies. In M. Moragas, J. MacAloon & M. Llinés (Eds). *Olympic Ceremonies. Historical Continuity and Cultural Exchange*. Lausanne: International Olympic Committee.
- Pennebaker, J. W.; Zech, E.; & Rimé, B. (2001). Disclosing and sharing emotion: Psychological, social and health consequences. in M. Stroebe, W. Stroebe, R.O. Hansson, & H. Schut (Eds.). *New Handbook of Bereavement Consequences, Coping, and Care*. Washington, D. C.: American Psychological Association.
- Pérez-Cordoba, E. (1997). El comportamiento y su analisis en el deporte: de la práctica a la teoria (y viceversa). *Revista de Psicologia del Deporte*, 11, 115-127.
- Philippot, P. (1993). Represión, percepción subjetiva y reacción fisiológica emocional. In D. Paez Rovira (Ed.), *Salud, expresión y represión social de las emociones* (pp. 175-194). Valencia: Promolibro.
- Pimenta, C. A. (1997). *Torcidas Organizadas de Futebol. Violencia e auto-afirmação*. Taubaté Br.: Vogel Editora.
- Popplewell, O. (1986). *Inquiry into the Crowd Safety and control at Sports Grounds*. London: HMSO.
- Prapavessis, H. (2000). The POMS and sports performance: A review. *Journal of Applied Sport Psychology*, 12, 34-48.
- Raedeke, T. (1997). Is athlete burnout more than just stress? A sport commitment perspective. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 19, 396-417.
- Raedeke, T.; Granzky, T.L.; & Warren, A. (2000). Why coaches experience burnout: a commitment perspective. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 22, 85-105.

- Redhead, S. (1991). An Era of the End, or the End of an Era: Football and Youth Culture in Britain. In Williams, J., and Wagg, S. (Eds.). *British Football and Social Change Getting into Europe* (pp.145-159). Leicester: Leicester University Press.
- Redhead, S. (1997). *Post-fandom and the millennial blues. The transformation of soccer culture*. London: Routledge.
- Richards, P. (1997). Soccer and violence in War-Torn Africa: Soccer and Social Rehabilitation in Sierra Leone. In G. Armstrong & R. Giulianotti (Eds.) *Entering the field. New perspectives on World Football*. (pp. 141-158). Oxford: Berg.
- Riera, J. (1985). *Introducción a la Psicología del Deporte*. Barcelona: Martínez Roca.
- Riera, J. (2001). Habilitats esportives, habilitats humanes. *Apunts d'Educació Física i Esports*, 64, 46-53.
- Riera, J. (Coor). (1997). Dossier. Teoría y práctica en la psicología del deporte. *Revista de Psicología del Deporte*, 11, 89-136.
- Riera, J. (1997). Acerca del deporte y el deportista. *Revista de Psicología del Deporte*, 11, 127-136.
- Rimé, B.; & Leyens, J. P. (1988). Violence dans les stades: la reponse des psychologies. *La Recherche*, 19, 528-531.
- Roberts, G. (1972). Effect of achievement motivation and social environment on performance of a motor task. *Journal of Motor Behaviour*, 4, 37-46.
- Roberts, G. (1992). *Motivation in Sport and Exercise*. Champaign, Ill.: Human Kinetics.
- Roberts, G. (1993). Motivation in sport: understanding and enhancing the motivation and achievement of children. En R. Singer, L. Tennat & M. Murphey (Editors). *Handbook of Research on Sport Psychology*. (pp. 405-420). New York: McMillan.
- Roberts, G. (2001). *Advances in motivation in sport and exercise*. Champaign, Ill.: Human Kinetics.
- Roca, J. (1997). Ciencias del movimiento. *Revista de Psicología del Deporte*, 11, 89-102.
- Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: Free Press.
- Roversi, A. (1994). The birth of the "ultras": the rise of football hooliganism in Italy. In R. Giulianotti & J. Williams (Eds.) *Game Without Frontiers*. Hants, U.K.: Arena.
- Roversi, A. (1998). Fútbol, afición y violencia. El gamberrismo futbolístico en Italia. *Política y Violencia en el Fútbol*, (pp.45-104). Madrid: CSD.

- Ruiz de Olabuenaga, J. I.; & Ispizua, M.A. (1989). *La descodificación de la vida cotidiana. Métodos de investigación cualitativa*. Bilbao: Universitat de Deusto.
- Rusbult, C. E. (1980a). Commitment and satisfaction in romantic associations: a test of the investment model. *Journal of Experimental Social Psychology*, 16, 172-186.
- Rusbult, C. E. (1980b). Satisfaction and commitment in friendship. *Representative Research in Social Psychology*, 11, 96-105.
- Rusbult, C. E. (1983). A longitudinal test of the investment model: The development (and deterioration) of satisfaction and commitment in heterosexual involvements. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 101-117.
- Rusbult, C.E.; & Farrell, D. (1983). A longitudinal test tot the investment model: the impact of job satisfaction, job commitment, and turnover of variations in rewards, costs, alternatives and investments. *Journal of Applied Psychology*, 68, 429-438.
- Salkind, N.J. (1997). *Métodos de investigación*. México: Prentice Hall.
- Sandelowsky, M. (1995). Sample size in qualitative research. *Research in Nursing and Health*, 18, 179-183.
- Sansone, D. (1988). *Greek athletics and the genesis of sport*. Berkeley: University of California Press.
- Scanlan, T.K.; & Simons, J.P. (1992). The construct of sport enjoyment. In G. C. Roberts (Ed.), *Motivation in Sport and Excercise* (pp. 199-215). Champaign, Il.: Human Kinetics.
- Scanlan, T.K; Carpenter, P.; Schmidt, G. W.; Simons, J.; & Keeler, B. (1993). An introduction to the Sport Commitment Model. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 15, 1-15.
- Scanlan, T.K; Ravizza, K.; & Stein, G. L. (1989). An in-depth study of former elite figure skaters: I. Introduction to the project. *Journal of sport and Excercise psychology*, 11, 54-64.
- Scanlan, T.K; Simons, J.; Carpenter, P.; Schmidt, G. W.; & Keeler, B. (1993). The Sport Commitment Model: Measurement Development for the Youth Sport Domain. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 15, 16-38.
- Schwartz, G.E. (1986). Emotion and psychological organization: a systems approach. In G.H. Coles, E. Donchin & S. W. Porges, (Eds.), *Psychophysiology: Systems, Processes and Applications* (pp. 354-377). New York: The Guilford Press.

Referències

- Schwartz, S. (1992). Universals in the content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65.
- Schwartz, S. (1994). Are there universals in the content and structure of values? *Journal of Social Issues*, 50, 19-45.
- Schwartz, S. (1996). Value priorities and Behaviour: Applying a theory of integrated value systems. In C. Seligman, J.M. Olson & M.P. Zanna (Eds.), *The Psychology of Values: The Ontario Symposium* (Vol. 8, pp. 1-24). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Schwartz, S.; & Bilsky, W. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53-3, 550-562.
- Schwartz, S.; & Bilsky, W. (1990). Toward a theory of the universal content and structure of values: extensions and cross-cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 878-891.
- Schwartz, S.; & Sagiv, L. (1995). Identifying culture-specifics in the content and structure of values. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 26, 92-116.
- Schwartz, S.; Verkasalo, M.; Antonovsky, A.; & Sagiv, L. (1997). Value priorities and social desirability: much substance, some style. *British Journal of Social Psychology*, 36, 3-18.
- Silva, J. M. (1983). The perceived legitimacy of rule violating behavior in sport. *Journal of Sport Psychology*. 5, 438-448.
- Simons, Y.; & Taylor, J. (1992). A psychosocial Model of fan violence in sports. *International Journal of Sports Psychology*, 23, 207-226.
- Singer, R.; Murphey, M.; & Tennant, L.K. (1993). *Handbook of Research on Sport Psychology*. New York: McMillan.
- Singer, R.N.; Hausenblas, H.A. & Janelle, C.M. (2001). *Handbook of Sport Psychology (Second Edition)*. New York: John Wiley & Sons.
- Sloan, L. R. (1982). *The effects of winning and loosing on the sports fans: implications for multifactored theories*. Paper presented at the 3rd annual conference of the North American Society for the Sociology of Sport. Toronto (Canada).
- Sloan, L. R. (1989). The motives of sports fans. In J.H. Goldstein (Ed.) *Sports, games and play: social and psychological viewpoints*. (pp. 175-240). Hillsday, NJ: Erlbaum.

- Smith, R. E.; Smoll, F. L.; & Curtis, B. (1979). Coach effectiveness training: A cognitive-behavioral approach to enhancing relationship skills in youth sport coaches. *Journal of Sport Psychology*, 1, 59-75.
- Smith, R. E.; Smoll, F. L.; & Hunt, E. B. (1977). A system for the behavioral assessment of athletic coaches. *Research Quarterly*, 48, 401-407.
- Sobrequés, J. (1991). *Terra Nostra: F. C. Barcelona, un club al servei de Catalunya*. Barcelona: Labor.
- Stearns, P.N.; & Knapp, M. (1996). Historical perspectives of grief. In R. Harré & W.G. Parrot (Eds.) *The Emotions*. (pp.132-150). London: Sage.
- Strauss, A.; & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research*. London: Sage.
- Suay, F.; Salvador, A.; Gonzalez, E.; Sanchis, C.; Simon, V.M.; & Montoro, J.B. (1996). Testosterona y evaluación de las conductas agresivas en judokas. *Revista de Psicología del Deporte*, 9-10, 79-91.
- Sugden, J.; & Tomlinson, A. (1998). *FIFA and the contest for world football. Who rules the peoples' game?* Cambridge: Polity Press.
- Taylor, G. (1996). Guilt and remorse. In R. Harré & W.G. Parrot (Eds.) *The emotions*. (pp. 57-73). London: Sage.
- Taylor, I. (1971a). Soccer Consciousness and Soccer Hooliganism. In Cohen, S. (Ed.) *Images of Deviance* (pp. 134-164). Harmondsworth: Penguin.
- Taylor, I. (1971b). Football Mad. In Dunning, E. (Ed.). *The Sociology of Sport* (pp. 352-357). London: Cass.
- Taylor, S.; & Bogdan, R. (1984). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Tomlinson, A. (ed.). (1983). *Explorations in Football Culture*. Proceedings of 1982 BSA/LSA Workshop, Sheffield.
- Torregrosa, M. (1997). *Avaluació de comportaments de fairplay en futbolistes professionals*. Treball de recerca del Mestratge de Psicologia de l'Esport. Bellaterra: UAB. No publicat.
- Torregrosa, M. (1998). *Fairplay i Esportivitat en el Futbol Professional Europeu*. Treball de recerca del programa de doctorat de l'aprenentatge humà. Bellaterra: UAB. No Publicat.

- Torregrosa, M. (2002). Materials complementaris dels estudis pilot per a la construcció dels instruments. Bellaterra: UAB. No publicat.
- Torregrosa, M.; & Cruz, J. (1997). Diferencias de arbitraje entre la Liga de Fútbol Profesional (LFP) y la Premiere League (PL): ¿Cuestión de cantidad o de calidad? En *Actas del VI Congreso Nacional de Psicología de la Actividad Física y el Deporte*.
- Torregrosa, M.; & Lee, M. (2000). El estudio de los valores en psicología del deporte. *Revista de Psicología del Deporte*, 9, 1-2, 71-83
- Torregrosa, M.; Boixadós, M.; Valiente, L.; & Cruz, J. (1999). Emociones expresadas por consumidores de fútbol espectáculo. En G. Nieto y E. Garcés (Coords.). *Psicología de la Actividad Física y del Deporte. Áreas de investigación y Aplicación. Vol. 2*, (pp. 891-902). Murcia: Sociedad Murciana de Psicología del Deporte.
- Torregrosa, M.; Boixadós, M.; Valiente, L.; & Cruz, J. (2001). Evaluación de la satisfacción de los aficionados al futbol. Informe Tècnic preparat per a la Liga Nacional de Futbol Professional. Bellaterra: no publicat.
- Torregrosa, M.; Boixadós, M.; Valiente, L.; Villamarín, F.; & Cruz, J. (2000). El asesoramiento cognitivo-conductual en la formación de entrenadores de futbol. Primer congreso Luso-Español de Psicología Aplicada al Futbol. Lisboa: Mayo de 2000.
- Torregrosa, M.; Mimbbrero, J.; Boixadòs, M.; & Cruz, J. (1998). Behaviours Related to Fair Play in British and Spanish Professional Football Players. Booklet del British Sport Council (en premsa).
- Torregrosa, M.; Mimbbrero, J.; Boixadós, M.; & Cruz, J. (1997). Comportamientos relacionados con el Fairplay en futbolistas de iniciación y profesionales. En R. Sanchez (Comp.) *La Actividad física y el deporte en un contexto democrático (1976-1996). Investigación Social y Deporte nº 3*. (pp.87-95). Pamplona: AIESAD.
- Triplett, N. (1897). The dynamogenic factors in pacemaking and competition. *American Journal of Psychology*, 9, 507-553.
- Tuastad, D. (1997). The political role of football for Palestinians in Jordan. In G. Armstrong & R. Giulinaotti (Eds.). *Entering the field: new perspectives on world football* (pp.105-121). Oxford: Berg.
- Urry, J. (1988). *The tourist gaze*. London: Sage.
- Valiente, L. (1996). Efectos de la bioretroalimentación de la frecuencia cardiaca sobre el rendimiento deportivo y la eficacia cardiaca en ciclistas durante pruebas de esfuerzo máximo. Tesis doctoral no publicada. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.

- Vallerand, R. J. (2001). A hierarchical model of intrinsic and extrinsic motivation in sport and exercise. In G. Roberts (Ed.) *Advances in Motivation in Sport and Exercise*. (pp. 129-182). Champaign, IL: Human Kinetics.
- Vázquez, F. (1998). Vivir con el tiempo en suspenso: notas de trabajo sobre transiciones políticas, memorias e historia. *Anthropos*, 177, 67-73.
- Velasco, H.; & Diaz de Rada, A. (1997). *La lógica de la investigación etnográfica*. Madrid: Torta.
- Villamarín, F. (1999). Motivación, deporte y actividad física: de la teoría a la intervención. En G. Nieto y E. Garcés (Comps.) *Psicología de la Actividad Física y del Deporte. Áreas de investigación y Aplicación. Vol. 1*, pp. 41-51. Murcia: Sociedad Murciana de Psicología del Deporte.
- Villamarín, F.; & Álvarez, M. (1998). Modelos sociocognitivos en promoción de la salud: un análisis conceptual. *Psicologemas*, 12/24, pp.161-204.
- Walvin, J. (1975). *The people's game*. London: Allan Lane.
- Wandzilak, T.; Carrol, T.; & Ansorge, C. (1988). Values development through physical activity: promoting sportmanlike behaviors, perceptions, and moral reasoning. *Journal of Teaching in Physical Education*, 8(1), 13-22.
- Wann, D.L. (1997). *Sport Psychology*. New Jersey: Prentice Hall.
- Wann, D. L.; Dolan, T.J.; McGeorge, K.K.; & Allison, J. A. (1994). Relationships Between Spectator Identification and Spectators' Perceptions of Influence Spectators' Emotions, and Competition Outcome. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 16, 347-364.
- Wann, D.; & Hamlet, M. (1995). Author and Subject Gender in Sport Research. *International Journal of Sport Psychology*, 26, 225-232.
- Wann, D.L.; & Branscome, N.R. (1993). Sports fans: Measuring degree of identification with their team. *International Journal of Sport Psychology*, 24, 1-17.
- Whannel, G. (1986). The unholy alliance: notes on television and the remaking of British sport. *Leisure Studies*, 5.
- Whannel, G. (1990). Television and sport: armchair theatre in the age of fitness chic. *Social Scientific Perspectives on Sport*, 2, 19-23.
- Whannel, G. (1992). *Fields in vision: television sport and cultural transformation*. London: Routledge.

Referències

- Williams, J. (1993). Sport, post-modernism and global TV. *Post-modern studies*, 9.
- Williams, J.; Dunning, E.; & Murphy, P. (1984). *Hooligans Abroad*. London and New York: Routledge.
- Williams, R. (1968). Values. En E. Sills (Ed.). *International Encyclopaedia of the Social Sciences*. New York: Macmillan.
- Winter, G. (2000). A comparative discussion of the notion of “validity” in qualitative and quantitative research. *The Qualitative Report*, 4, 3-4.
- Wolcott, H. F. (1990). *Writing up qualitative research*. Qualitative Research Methods Series, 20. London: Sage.
- Zajonc, R. B. (1980). Copresence. In P. Paulus (Ed.). *Psychology of group influence* (p.35-60). Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
- Zajonc, R. B. (1998). Emotions. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske & G. Lindzey (Eds.) *The Handbook of Social Psychology*. (pp.591-632). Boston: McGraw-Hill.
- Zani, B.; & Kirchler, E. (1991). When violence overshadows the spirit of sporting competition: Italian Football Fans and their clubs. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 5, 5-21.
- Zen-Ruffinen, M.; Cumming, G.; & Ridden, K. (1997). *Reglas del juego (nueva versión revisada)*. FIFA.
- Zillmann, D.; & Paulus, P. (1993). Spectators: Reactions to sports events and effects on Athletic Performance. En R. Singer, L. Tennat & M. Murphey (Editors). *Handbook of Research on Sport Psychology*. (pp. 600-619). New York: McMillan.
- Zillmann, D.; Bryant, J.; & Sapolsky, B. S. (1989). Enjoyment from sports spectatorship. In J.H. Goldstein (Ed.) *Sports, games and play: social and psychological viewpoints*. pp. 241-278. Hillsday, NJ: Erlbaum.

10. ANNEX

Sports Values Questionnaire – Versió en Espanyol – Reduïda (SVQ-R-E)

Seguendo en la misma línea, **cuando juega su equipo para Vd. es importante...**

	Nada Importante	Poco Importante	Ni mucho ni poco	Bastante Importante	Muy Importante
ganar	1	2	3	4	5
que muestren una buena deportividad	1	2	3	4	5
juntarse con otros aficionados	1	2	3	4	5
potenciar la historia y el nombre de su club	1	2	3	4	5
mejorar las relaciones entre clubes/aficiones	1	2	3	4	5
respetar a los rivales	1	2	3	4	5
mejorar nuestro juego cada vez más	1	2	3	4	5
que juguemos bien	1	2	3	4	5
divertirse	1	2	3	4	5
ser leal a sus colores	1	2	3	4	5
mostrar que somos mejor que los demás	1	2	3	4	5
que el partido sea emocionante	1	2	3	4	5

Inventari de Motius dels Aficionats (IMA)

Inventari de Motius dels Aficionats per anar als Estadis (IMA-E)

Evalúe en que medida los siguientes motivos influyen que Vd. venga a los partidos:

	Nada	Poco	Ni mucho ni poco	Bastante	Mucho
La situación del estadio	1	2	3	4	5
La rivalidad de los contendientes	1	2	3	4	5
El precio de las entradas	1	2	3	4	5
Los accesos (transportes públicos, aparcamientos, etc.)	1	2	3	4	5
El clima	1	2	3	4	5
Los servicios del estadio (bares, lavabos, etc.)	1	2	3	4	5
Que el partido se incluya en el abono	1	2	3	4	5
El día y la hora en que se juega	1	2	3	4	5
La seguridad en el estadio	1	2	3	4	5
Que no coincida con un partido mejor por TV	1	2	3	4	5
Que juegue su equipo	1	2	3	4	5
Que se prevea un buen espectáculo	1	2	3	4	5
La trayectoria de su equipo	1	2	3	4	5
Estar con otros amigos o aficionados	1	2	3	4	5
Divertirse, pasarlo bien	1	2	3	4	5
No tener otra actividad que hacer	1	2	3	4	5
La competición (Liga, Copa, etc.)	1	2	3	4	5

Inventari de Motius dels Aficionados per veure partits Televisats (IMA-T)

Evalúe en que medida los siguientes motivos influyen en que vea partidos por televisión:

	Nada	Poco	Ni mucho ni poco	Bastante	Mucho
Las técnicas de retransmisión (cámaras, comentaristas, etc.)	1	2	3	4	5
Divertirme, pasarlo bien	1	2	3	4	5
No tener otra actividad que hacer (familiar, etc.)	1	2	3	4	5
El tipo de competición (Liga, Copa, Europeas, etc.)	1	2	3	4	5
La rivalidad de los contendientes	1	2	3	4	5
Estar con otros amigos o aficionados	1	2	3	4	5
Que sea de pagar por ver	1	2	3	4	5
El día y la hora en que se juega	1	2	3	4	5
Que no haya partido de su equipo en el estadio	1	2	3	4	5
Que juegue su equipo (en el televisado)	1	2	3	4	5
Que se prevea un buen espectáculo	1	2	3	4	5
La competición	1	2	3	4	5
Los equipos que juegan	1	2	3	4	5
El ambiente que se ve en las gradas	1	2	3	4	5

Inventari d'Emocions dels Afeccionats (IEA)

Para terminar, repasemos como le hace sentir el fútbol y algunas de las situaciones que se dan:

	Alegre	Sorprendido	Enfadado	Nervioso
Los goles de su equipo le hacen sentir	1	2	3	4
Las expulsiones de jugadores de su equipo le hacen sentir...	1	2	3	4
Las actuaciones arbitrales le hacen sentir...	1	2	3	4
Los directivos y sus apariciones públicas le hacen sentir...	1	2	3	4
Los aficionados rivales le hacen sentir...	1	2	3	4
Los jugadores de su equipo (comportamientos en el campo, declaraciones, apariciones públicas) le hacen sentir...	1	2	3	4
Los aficionados del propio equipo	1	2	3	4
Los jugadores del equipo rival	1	2	3	4
Los medios de comunicación especializados en temas deportivos	1	2	3	4

Variables de cens

Género: Hombre Mujer **Edad:** _____ (en años)

Estado civil:

Soltero Casado/ vive en pareja Separado, Divorciado Viudo

Situación profesional:

- | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------------|-----------------------|
| 1. Empresarios | <input type="radio"/> | 7. Obreros sin especializar | <input type="radio"/> |
| 2. Profesionales liberales | <input type="radio"/> | 8. Jubilado/pensionista | <input type="radio"/> |
| 3. Directores generales y cuadros superiores | <input type="radio"/> | 9. Estudiante | <input type="radio"/> |
| 4. Jefes de Departamento | <input type="radio"/> | 10. Parado | <input type="radio"/> |
| 5. Cuadros intermedios | <input type="radio"/> | 11. Ama de casa | <input type="radio"/> |
| 6. Obreros especializados | <input type="radio"/> | | |

Socio o abonado de un club:

Nunca lo fue en el pasado lo es en la actualidad

(si lo fue o lo es en la actualidad) Antigüedad _____ (en años)

¿Con qué frecuencia acude a presenciar partidos de fútbol en el campo?

Nunca Pocas veces al año Bastantes veces al año Siempre o casi siempre

¿Cuándo viene al campo en que zona se pone generalmente?

General ("fondos") Lateral Tribuna

¿Con qué frecuencia ve partidos de fútbol por televisión?

Nunca Pocas veces al año Bastantes veces al año Cada semana

(Si es cada semana) ¿Cuántos? _____