



MESTRADO EM MARKETING

**OS EVENTOS DESPORTIVOS E O PERÍODO DA PANDEMIA  
COVID-19 EM PORTUGAL: DESAFIOS E CONSEQUÊNCIAS**

João Miguel Ribeiro Santos Fragoso

Lisboa

2024

João Miguel Ribeiro Santos Fragoso

**OS EVENTOS DESPORTIVOS E O PERÍODO DA PANDEMIA  
COVID-19 EM PORTUGAL: DESAFIOS E CONSEQUÊNCIAS**

Dissertação apresentada ao Instituto Superior de  
Gestão como requisito parcial para a obtenção do grau  
de Mestre em Marketing

Orientador: Professora Doutora Paula Bela Rosa Lopes

Lisboa  
2024

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer a todas as pessoas que possibilitaram a realização deste trabalho acadêmico. A minha gratidão estende-se a todos os participantes que, prontamente, responderam ao questionário, assim como àqueles que amavelmente concederam entrevistas para este estudo. A disponibilidade e empenho de todos revelaram-se elementos essenciais e desempenharam um papel crucial na concretização desta dissertação.

Gostava de expressar também um agradecimento à Professora Paula Lopes por ter aceite ser a minha orientadora e, desta forma, orientar-me com toda a paciência e dedicação ao longos destes últimos meses.

Gostaria também de agradecer, particularmente, à Professora Rosa Rodrigues por me ter apoiado bastante, tornando-se uma pessoa incansável, nunca me deixando desistir do objetivo. Foi uma pessoa essencial no desenrolar deste trabalho.

Gostaria de expressar a minha gratidão ao Instituto Superior de Gestão e a todos os meus colegas por me terem proporcionado a oportunidade de enfrentar este desafio, fornecendo-me as ferramentas essenciais ao longo de todo o percurso.

A todos os meus amigos, tanto aqueles que estão comigo há bastante tempo como os que surgiram durante a elaboração deste trabalho, o meu muito obrigado. A vossa constante ajuda tem sido crucial para encontrar o caminho certo, transmitindo-me sempre uma energia positiva e mensagens incentivadoras.

À minha família, por ter estado sempre presente, nos bons e nos maus momentos. Num ano atípico e na pior fase da minha vida, com a ajuda deles foi possível terminar este desafio, nunca me deixando desistir e de alcançar os meus sonhos.

A finalização desta dissertação assinala o encerramento de um ciclo, abrindo portas para novos desafios, oportunidades e direções. Este feito representa uma concretização que me permitirá explorar novos horizontes no meu meio.

Por fim, um obrigado especial a todos os que acompanharam neste percurso.

## RESUMO

A realização de eventos desportivos em Portugal tem um papel preponderante na sociedade portuguesa do ponto de vista económico e social. O presente estudo tem como objetivo compreender como a pandemia Covid-19 veio limitar, restringir, adiar e mesmo cancelar jogos de futebol e de outras modalidades desportivas. O estudo foi operacionalizado através de uma metodologia mista que incluiu a análise documental, entrevistas e inquérito por questionário. Assim, foram analisadas 29 notícias publicadas no período compreendido entre março de 2020 e dezembro de 2020 em três jornais desportivos portugueses em formato impresso e digital (A Bola, o Record e o Maisfutebol). Foram ainda realizadas cinco entrevistas a especialistas da área do desporto e aplicados 165 questionários a adeptos que costumam frequentar os estádios. Os resultados do Estudo 1 revelaram que as categorias mais mencionadas nas notícias foram a paralisação total dos eventos desportivos e o impacto económico. Relativamente ao Estudo 2 foi possível apurar que, apesar da pandemia ter afastado os adeptos dos estádios e outros recintos desportivos, o número de simpatizantes não diminuiu porque as pessoas que viam os jogos de futebol continuaram a fazê-lo. Por fim, os dados do Estudo 3 demonstraram que a maior parte dos inquiridos referiu que não perdeu a conexão com o ambiente desportivo, mas, na época da pandemia, deixaram de ir ao estádio por ser obrigatório fazer teste à Covid-19.

**Palavras-chave:** Eventos desportivos, Pandemia Covid-19, Organizações desportivas, Futebol, Modalidades desportivas.

## ABSTRACT

Sports events in Portugal play a major role in Portuguese society from an economic and social point of view. This study aims to understand how the Covid-19 pandemic has limited, restricted, postponed and even canceled soccer matches and other sports. The study was carried out using a mixed methodology that included document analysis, interviews and a questionnaire survey. We analyzed 29 news stories published between March 2020 and December 2020 in three Portuguese sports newspapers in print and digital format (A Bola, Record and Maisfutebol). Five interviews were also conducted with sports experts and 165 questionnaires were administered to fans who usually attend stadiums. The results of Study 1 revealed that the most mentioned categories in the news were the total stoppage of sporting events and the economic impact. With regard to Study 2, it was possible to ascertain that although the pandemic has kept fans away from stadiums and other sporting venues, the number of supporters has not decreased because people who watch soccer matches continue to do so. Finally, the data from Study 3 showed that the majority of respondents reported that they had not lost their connection with the sporting environment, but during the pandemic they had stopped going to the stadium because it was compulsory to be tested for Covid-19.

**Keywords:** Sports events, Covid-19 Pandemic, Sports organizations, Football, Sports.

# ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS .....	vii
ÍNDICE DE TABELAS .....	viii
LISTA DE SIGLAS, ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS .....	ix
INTRODUÇÃO .....	1
CAPÍTULO 1. EVENTOS DESPORTIVOS .....	3
1.1. Definição e tipologia de eventos .....	3
1.2. Origem dos eventos desportivos .....	4
1.3. Importância dos eventos desportivos .....	5
CAPÍTULO 2. MARKETING DESPORTIVO .....	7
2.1. Publicidade .....	7
2.2. Patrocínios e parcerias .....	8
2.3. Redes sociais (e-marketing) .....	8
2.4. <i>Merchandising</i> .....	9
2.5. Ativação da marca .....	9
2.6. Endosso de atletas .....	9
2.7. Apoio à comunidade .....	10
2.8. Eventos promocionais .....	10
2.8.1. Eventos como técnica de comunicação .....	11
CAPÍTULO 3. CONSEQUÊNCIAS DO COVID-19 NOS EVENTOS DESPORTIVOS .....	12
3.1. Consequências sociais .....	12
3.2. Consequências económicas .....	13
3.3. Consequências psicológicas .....	13
3.4. Impacto da pandemia nos eventos desportivos .....	14
3.4.1. Paralisação total dos eventos desportivos .....	15
3.4.2. Impacto na economia dos clubes .....	15
3.4.3. Regresso de público às bancadas por fases .....	16
3.4.4. Pré e Pós Pandemia Covid-19 – Afluência dos adeptos .....	17
3.4.5. Violência no desporto com o regresso dos adeptos às bancadas .....	17
CAPÍTULO 4. METODOLOGIA .....	19
Estudo 1 - Análise documental .....	19
4.1.1. Amostra .....	19

4.1.2. Instrumento de recolha de dados .....	20
4.1.3. Procedimento .....	20
Estudo 2 - Análise de conteúdo das entrevistas .....	20
4.2.1. Amostra .....	20
4.2.2. Instrumento de recolha de dados .....	20
4.2.3. Procedimento .....	20
Estudo 3 - Análise quantitativa dos inquéritos por questionário .....	21
4.3.1. Amostra .....	21
4.3.2. Instrumento de recolha de dados .....	21
4.3.3. Procedimento .....	22
CAPÍTULO 5. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS .....	23
5.1. Estudo 1 - Análise documental .....	23
5.2. Estudo 2 - Análise de conteúdo das entrevistas .....	26
5.3. Estudo 3 - Análise quantitativa dos inquéritos por questionário .....	30
CAPÍTULO 6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....	34
6.1. Contributos teóricos e práticos .....	36
6.2. Limitações e estudos futuros .....	37
CONCLUSÃO .....	39
REFERÊNCIAS .....	40
ANEXOS .....	48
ANEXO 1. Notícias analisadas	
ANEXO 2. Guião de entrevista	
ANEXO 3. Consentimento informado	
ANEXO 4. Inquérito por questionário	

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Abordagens do marketing desportivo .....	7
Figura 2.	Marketing e eventos .....	11
Figura 3.	Receita dos eventos desportivos antes e durante a pandemia .....	16
Figura 4.	Clube dos participantes .....	30
Figura 5.	Número de vezes que os adeptos foram ao estádio durante a pandemia .....	30

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1.	Tipologia dos eventos .....	3
Tabela 2.	Caracterização da amostra .....	19
Tabela 3.	Caracterização sociodemográfica dos participantes .....	21
Tabela 4.	Categorias identificadas nas notícias .....	23
Tabela 5.	Resultados da análise quantitativa (%) .....	33

## LISTA DE SIGLAS, ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS

- Covid-19 - *Coronavirus disease 2019*
- DGS - *Direção-Geral de Saúde*
- PCR - *Polymerase Chain Reaction*
- RGPD - *Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados*
- SPSS - *Statistical Package for the Social Science*
- UEFA - *Union of European Football Associations*

## INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, os eventos desportivos têm vindo a desempenhar um papel crucial na sociedade, seja através do entretenimento público ou através da promoção da saúde física e mental. Porém, a pandemia provocada pela Covid-19, que teve início no final de 2019, transformou radicalmente o cenário desportivo em todo o mundo. Em Portugal, um país profundamente ligado desporto, a pandemia além de ter interrompido as competições e eventos desportivos, também desencadeou desafios, até então desconhecidos, que tiveram um impacto significativo neste setor (Moura et al., 2020). A interrupção abrupta e a adaptação dos eventos desportivos, durante a pandemia, além de desafiaram as práticas estabelecidas, também desencadearam várias questões sobre o impacto da doença no desempenho dos atletas (Toresdahl & Asif, 2020).

Ao mergulhar nesse contexto, pretende-se não apenas documentar as mudanças efetuadas, mas também fornecer *insights* valiosos que possam orientar futuras abordagens para a gestão de eventos desportivos em circunstâncias adversas, destacando a resiliência do desporto como um elemento fundamental na construção da identidade cultural e social do país (Dias, 2021).

Os eventos desportivos permitem a criação de bons hábitos e atitudes positivas face ao ambiente que nos rodeia, pois são responsáveis por promover várias ações sociais. A prática de atividade física tem sido considerada como um dos fatores mais importantes na melhoria, manutenção e recuperação do nível da saúde da população, uma vez que o sedentarismo tem forte relação com a prevalência de doenças (Karen, 2022).

Estes acontecimentos podem ser realizados, tanto em recintos abertos, como em recintos fechados e abrangem três segmentos básicos: corporativos/negócios, alta competição/espetáculo e atividades físicas/lazer. Adicionalmente, podem ser locais, regionais, nacionais ou internacionais. Segundo Triantafyllidis e Mallen (2022), o desporto é considerado a chave de compreensão da sociedade, motivo pelo qual é importante perceber o que leva o público a marcar presença neste tipo de eventos e apoiarem as suas equipas do “coração”.

Recentemente, os eventos desportivos começaram a ser estudados a partir de uma nova perspetiva que está relacionada com a sua abrupta paralisação durante a pandemia (Martins, 2022).

Esta investigação aborda esta temática e tem como objetivo analisar os desafios enfrentados pelos eventos desportivos durante a pandemia e conhecer as consequências do

Covid-19, neste setor, em contexto nacional. Por conseguinte, foi formulada a seguinte questão de investigação: *Qual o impacto da pandemia Covid-19 nos eventos desportivos?*

Estruturalmente, este trabalho encontra-se organizado em seis capítulos, sendo os três primeiros dedicados à revisão de literatura. O primeiro capítulo incide sobre os eventos desportivos, nomeadamente a sua definição e tipologia. Aborda-se, ainda, a origem deste tipo de eventos e a sua importância para a sociedade.

No capítulo dois exploram-se as várias abordagens do marketing desportivo, nomeadamente: os patrocínios e parcerias, as redes sociais (e-marketing), o *merchandising*, a ativação da marca, o endosso de atletas, o apoio à comunidade e os eventos promocionais. Seguidamente, reflete-se sobre os eventos enquanto técnica de comunicação.

O capítulo três debruça-se sobre as consequências do Covid-19 nos eventos desportivos a nível social, económico e psicológico.

No capítulo quatro – Metodologia – apresentam-se os três estudos desenvolvidos nesta investigação e a respetiva abordagem. No Estudo 1 foi utilizada a análise documental; no Estudo 2 recorreu-se à análise de conteúdo de entrevistas; e no Estudo 3 empregou-se uma abordagem quantitativa. Em cada um dos estudos é descrita a amostra, os instrumentos de recolha de dados e os procedimentos.

O capítulo cinco debruça-se sobre a análise e apresentação dos resultados obtidos nos três estudos, enquanto o sexto capítulo se concentra na discussão desses resultados, fazendo referência à literatura mais recente sobre o tema. Neste capítulo também se exploram as implicações teóricas e práticas da investigação, abordam-se as limitações identificadas e sugerem-se direções para estudos futuros. Na conclusão, é realizada uma reflexão sobre o trabalho desenvolvido, resumindo os principais resultados obtidos.

## CAPÍTULO 1

### EVENTOS DESPORTIVOS

#### 1.1. Definição e tipologia de eventos

Os eventos têm vindo a ser estudados pela comunidade académica, mas nem sempre há consenso sobre a sua definição. Não obstante, podem ser caracterizados como uma atividade dinâmica, planeada e executada por uma ampla gama de profissionais e estudada em diversas áreas (José & Ribeiro, 2020). Deste modo, podem ser caracterizados quanto à sua dimensão, à sua duração, quanto ao perfil dos participantes e à temática a que se dedicam. Podem, ainda, ser empresariais, culturais, direcionados para atrair turistas e/ou de entretenimento (*e.g.*, festivais, atividades ao ar livre, concertos). Na Tabela 1 são apresentadas as tipologias de eventos sugeridas por José e Ribeiro (2020).

**Tabela 1**

*Tipologia de eventos*

<b>Eventos</b>	<b>Descrição</b>
Artísticos	Relacionados a qualquer tipo de arte
Científicos	Tratam da divulgação e discussão de pesquisas científicas, de qualquer área do conhecimento.
Comerciais	Solicitado por empresas; possuem o objetivo de promover o lançamento de um produto, aumentar as vendas, inaugurar um novo local, ou chamar a atenção dos públicos para os serviços prestados.
Cívicos	Tratam de assuntos ligados à Pátria
Gastronómicos	Divulgam a produção e o consumo da gastronomia.
Políticos	Relativos a partidos políticos ou manifestações públicas ligadas à política.
Sociais	Encontro entre pessoas para confraternizarem
Desportivos	Inseridos no campo do desporto, independentemente da sua modalidade.
Religiosos	Relacionados com assuntos religiosos
Turísticos	Relacionados com o turismo de cada país
Virtuais	Eventos realizados nas plataformas virtuais, redes sociais e <i>web</i> .

(Adaptado de José & Ribeiro, 2020)

Face ao exposto, é possível constatar que existem diferentes tipos de eventos, mas nesta investigação apenas serão abordados os eventos desportivos, mais concretamente os que se encontram relacionados com o futebol.

## **1.2. Origem dos eventos desportivos**

Os eventos desportivos surgiram nos primórdios da civilização, onde as competições físicas eram realizadas como parte das celebrações religiosas, festivais e outros eventos culturais. Os Jogos Olímpicos Antigos, realizados na Grécia Antiga, são os eventos desportivos mais antigos registados na história. Tiveram início no ano 776 a.C. e eram considerados uma parte essencial da cultura grega que envolvia várias competições (*e.g.*, corridas, lutas e lançamento de disco; Adams & Cronin, 2019).

No Império Romano, os eventos eram, frequentemente, realizados em anfiteatros (*e.g.*, Coliseu) e também faziam parte da cultura e entretenimento. Entre os principais eventos desta época encontram-se: (i) os Jogos Olímpicos Romanos que eram realizados, anualmente, em homenagem a Júpiter e incluíam competições atléticas, corridas de cavalos e eventos de gladiadores; (ii) os Jogos Capitolinos ocorriam de quatro em quatro anos em Roma e eram celebrados em honra a Júpiter, Juno e Minerva; (iii) os circos e as corridas de cavalos atraíam multidões consideráveis e decorriam em locais famosos como o *Circus Maximus* em Roma; (iv) as competições de gladiadores que eram eventos desportivos sangrentos que envolviam lutas entre humanos e animais selvagens para entreter o público; (v) as Naumachiae que consistiam em representações de batalhas navais em grandes espaços com água e que proporcionavam um espetáculo visual dramático; (vi) e desportos militares que incluíam corridas, marchas e competições de arremesso (Castro, 2021).

Na Idade Média, os eventos desportivos mais populares eram os torneios cavaleirescos que combinavam habilidades militares, competições atléticas e entretenimento para a nobreza e a população em geral. Esses torneios eram frequentemente realizados como parte de celebrações importantes, como casamentos reais ou festivais religiosos. Eram compostos por uma série de competições que testavam as habilidades dos cavaleiros em várias áreas (*e.g.*, combate corpo a corpo, arco e flecha, e outras formas de habilidades militares). O formato variava, mas geralmente incluía eliminatórias, semifinais e finais, que culminavam na premiação do vencedor e onde a conduta dos cavaleiros era rigidamente observada. A violação das regras podia resultar em penalizações ou desclassificação (Bell, 2021).

Em 1896, os Jogos Olímpicos de Atenas marcaram o início da era moderna dos eventos desportivos internacionais, sendo o barão Pierre de Coubertin uma figura-chave nesse movimento. Ele acreditava que os valores atléticos e competitivos poderiam ser revividos para promover a paz e a compreensão entre as nações. Desde então, os Jogos Olímpicos ocorrem de quatro em quatro anos, tendo sido interrompidos durante as guerras mundiais no século XX. Estes eventos desportivos cresceram em escala e diversidade e passaram a envolver milhares de atletas de todo o mundo, promovendo a compreensão global, a amizade entre nações e os valores olímpicos (Vamplew, 2022).

O século XX foi marcado por um significativo desenvolvimento e expansão dos eventos desportivos em todo o mundo, nomeadamente os Jogos Olímpicos, O Mundial de Futebol, o Super Bowl, a Tour de France, o Campeonato Mundial de Basquetebol, o Campeonato Mundial de Fórmula 1 e o Campeonato Mundial de Rugby (Gold & Gold, 2020).

Nas últimas décadas, os eventos desportivos tornaram-se megaeventos globais, com transmissões televisivas em todo o mundo, patrocínios corporativos e uma indústria multimilionária. A evolução dos eventos desportivos ao longo da história reflete as mudanças na sociedade, nas preferências culturais e na tecnologia de comunicação. Esses eventos desempenham um papel crucial no entretenimento, na promoção da saúde e na promoção da cooperação internacional (Müller et al., 2022).

### **1.3. Importância dos eventos desportivos**

Os eventos desportivos incentivam a participação ativa na prática de atividades físicas, contribuindo para promover a saúde e o bem-estar. Tanto os atletas profissionais como os amadores são motivados a adotar estilos de vida mais saudáveis para prevenir doenças relacionadas com o sedentarismo (Olive & Wheaton, 2021). Ao oferecer entretenimento e cultura, os eventos desportivos unem as comunidades e proporcionam momentos de celebração que fomentam a construção de laços sociais e o desenvolvimento de valores como o *fair play*, o trabalho em equipa, a disciplina e o respeito. Estes valores são fundamentais no contexto desportivo, mas também na formação de cidadãos responsáveis e éticos (Serrano-Durá et al., 2021).

Quando são em grande escala, os eventos desportivos têm um impacto significativo na economia local porque geram receitas relacionadas com o alojamento, a alimentação, o transporte e o comércio de mercadorias relacionadas com o evento (Chang et al., 2022). A visibilidade global proporcionada pelos grandes eventos atrai investimentos de marcas e

empresas que criam oportunidades de publicidade e promoção. Além disso fomentam a cooperação e o entendimento entre diferentes nações e culturas, vindo fortalecer as relações internacionais (Barbu et al., 2020).

Segundo Nascimento e Vieira (2022), são vários os atletas que se tornam modelos a seguir, porque as suas histórias de sucesso inspiram os outros a não desistirem das suas metas, a superarem desafios e a alcançarem a excelência em diversas áreas da vida. A realização de eventos desportivos é ainda importante para impulsionar o desenvolvimento de infraestruturas (*e.g.*, estádios, pavilhões desportivos, estradas) que contribuem para melhorar a qualidade de vida das comunidades locais (Chang et al., 2022).

## CAPÍTULO 2

### MARKETING DESPORTIVO

O marketing desportivo é uma área específica do marketing que se concentra em promover produtos e serviços relacionados com o desporto (Fullerton, 2021; Mehta, 2020). Neste âmbito envolve a promoção de equipas, eventos, atletas e marcas associadas ao mundo do desporto através de várias abordagens, entre as quais se destacam as mencionadas na Figura 1.

**Figura 1**  
*Abordagens do marketing desportivo*



#### 2.1. Publicidade

A publicidade nos eventos desportivos é uma prática comum e vital para o financiamento e sucesso dos mesmos, podendo a mesma ser realizada de várias formas. As empresas podem pagar para ter a sua marca visível em diferentes locais durante o evento (*e.g.*, bancadas, campo, pista) e essa exposição é especialmente valiosa durante as transmissões televisivas, onde milhões de espectadores podem ver essas marcas (Favorito, 2020).

A publicidade durante as transmissões é uma fonte significativa de receita porque as empresas têm oportunidade de atingir um público bastante alargado o que garante uma experiência positiva para todos os envolvidos (Silva & Las Casas, 2020).

## **2.2. Patrocínios e parcerias**

Os patrocínios constituem uma decisão estratégica para a promoção das marcas e são responsáveis por 70.0% dos investimentos, chegando a alcançar um valor superior a 65 bilhões de dólares. No desporto, o patrocínio é uma ferramenta cada vez mais utilizada pelas empresas para aumentar a notoriedade, alterando as atitudes e tentando influenciar os padrões de comportamento dos consumidores (Nuseir, 2020).

A investigação sobre os patrocínios desportivos tem concentrado toda a atenção nos resultados afetivos e comportamentais dos consumidores, pelo que as empresas muitas vezes pagam para serem patrocinadoras oficiais de eventos desportivos. Isto pode incluir ter os seus logotipos exibidos em locais estratégicos, serem reconhecidas como parceiras oficiais e receberem exposição significativa durante as transmissões televisivas e/ou online (Silva, 2021).

## **2.3. Redes sociais (e-marketing)**

As redes sociais desempenham um papel crucial no marketing de eventos desportivos, porque permitem aos organizadores alcançar uma audiência mais ampla. Entre as estratégias de e-marketing mais utilizadas em eventos desportivos encontra-se o desenvolvimento de conteúdo visual atraente (*e.g.*, vídeos, imagens e gráficos) que destaca os momentos importantes dos atletas e das equipas (Rabbanee et al., 2020).

A transmissão ao vivo dos eventos, as entrevistas com os atletas e as reportagens dos bastidores proporcionam aos adeptos uma experiência imersiva que aumenta o seu envolvimento com os seus clubes (Kim & Kim, 2020). A utilização de plataformas como o *Facebook Live*, o *Instagram Live* ou o *Twitter Live* permitem alcançar diferentes públicos e quando se cria uma *hashtag* exclusiva para o evento, os participantes, os fãs e os patrocinadores podem usá-la nas suas postagens, o que para além de promover o evento, também cria uma comunidade online em torno do mesmo (Annamalai et al., 2021)

Uma publicidade nas redes sociais ajuda a maximizar o retorno sobre o investimento e direciona a mensagem para o público certo. Deste modo, é fundamental analisar e acompanhar as campanhas porque só assim é possível avaliar o sucesso das mesmas e fazer ajustes quando é necessário (Yang et al., 2022).

#### **2.4. Merchandising**

O *merchandising* em eventos desportivos é crucial para aumentar a visibilidade da marca, envolver os fãs e gerar receitas adicionais. Nos eventos desportivos é bastante comum recorrer a camisolas, bonés, cachecóis, canecas e copos personalizados com o logotipo do evento. Existem, ainda, as edições limitadas que tornam os objetos exclusivos e desejáveis (*e.g.*, itens autografados por atletas) e que podem ser vendidos diretamente no local do evento (Sveinson & Hoerber, 2022).

Existem também as lojas *online* para que os fãs possam comprar produtos antes, durante e após o evento. A integração de tecnologia possibilita a oferta de experiências de compra inovadoras (*e.g.*, produtos virtuais), que facilitam o acesso a conteúdos exclusivos. Não obstante, estas estratégias devem ter em consideração o tipo de evento, o público-alvo e as tendências de mercado. Quando o *merchandising* é eficaz além de gerar mais receitas, fortalece o envolvimento dos fãs com o evento e as marcas associadas (Wheeler, 2023).

#### **2.5. Ativação da marca**

Algumas empresas optam por realizar ativações de marca durante os eventos desportivos, o que lhes permite envolver diretamente os espectadores e criar uma associação positiva com a marca. Esta estratégia é crucial para as empresas que desejam aumentar a visibilidade, construir a lealdade do cliente e associar a sua marca a valores positivos (Grohs et al., 2019).

Ao proporcionar aos fãs uma experiência única, a marca fortalece a ligação com os mesmos e reforça a sua presença no mercado. A ativação da marca pode ser feita através de eventos, patrocínios, experiências tangíveis, parcerias estratégicas (*e.g.*, influenciadores), campanhas criativas, presença nas redes sociais e programas de fidelização (Ocke et al., 2021).

#### **2.6. Endosso de atletas**

O endosso de atletas em eventos desportivos refere-se ao processo em que o mesmo concorda em promover, apoiar ou associar sua imagem a um evento específico. Este endosso pode ocorrer de várias maneiras, incluindo a participação em campanhas publicitárias, a presença em eventos promocionais e o uso de produtos relacionados com evento (Read et al., 2022).

A relação entre atletas e eventos desportivos pode ser mutuamente benéfica. Os atletas podem receber compensações financeiras, patrocínios, exposição mediática e oportunidades de

*marketing* em troca do seu envolvimento e apoio e os eventos desportivos aumentam a sua visibilidade, atraem mais espectadores e fortalecem a sua imagem (Ocke et al., 2021).

Os contratos de endosso entre os atletas e os eventos desportivos incluem termos específicos, como a duração do acordo, as obrigações do atleta, os benefícios oferecidos e as restrições durante e após a parceria. Estes contratos devem ser elaborados detalhadamente para garantir que ambas as partes compreendem e cumprem as suas responsabilidades e expectativas (Read & Brown, 2020).

### **2.7. Apoio à comunidade**

A introdução de eventos desportivos em certos municípios veio permitir a prática de atividade física pela população da área residente. A implementação de projetos, programas e ações veio oferecer serviços para dar resposta às necessidades dos consumidores em geral. A gestão desportiva municipal deve ir ao encontro das expectativas de todos os cidadãos, promovendo atividades que visem a prática desportiva em diversas áreas de intervenção (Dias, 2021).

Em Portugal as competências legais delegadas nos municípios estão relacionadas com a satisfação das necessidades das comunidades locais que, posteriormente, são transformadas em programas, projetos, ações e iniciativas que tem como principal objetivo melhorar e estimular um estilo de vida mais saudável (Kaplanidou, 2021).

### **2.8. Eventos promocionais**

Os eventos promocionais são utilizados para atrair a atenção do público, promover marcas, produtos ou serviços e criar uma experiência envolvente. Estas ações podem ocorrer durante o evento ou nos arredores do local. Esta abordagem de associar a marca ao evento como um patrocinador oficial, através de *banners* e/ou logotipos aproxima o público-alvo da marca (Elahi et al., 2021)

A escolha das estratégias depende do público-alvo, do tipo de desporto e da mensagem que a marca deseja transmitir, porque é importante criar experiências memoráveis que promovam uma conexão positiva da marca com os fãs (Parent & Ruetsch, 2020). Neste âmbito, podem ser criados jogos interativos ou proceder à oferta de amostras gratuitas de produtos relacionados com o evento. Adicionalmente, podem contratar-se atletas patrocinados para fazer sessões de autógrafos e/ou fotografias, oferecer descontos especiais, realizar sorteios durante o

evento e oferecer experiências VIP que incluam acesso exclusivo, lugares privilegiados e serviços personalizados (Cornwell, 2020)

### 2.8.1. Eventos como técnica de comunicação

Os eventos são considerados uma técnica de comunicação de marketing e neste sentido têm vindo a ser estudados internacionalmente, sendo possível afirmar que se encontram enquadrados no marketing operacional (Figura 2; Ekici & Toksoz, 2021).

#### Figura 2

*Marketing e eventos*



(Elaboração do autor)

O conceito de marketing de eventos envolve a utilização de estratégias que oferecem uma estrutura conceitual que permite compreender uma realidade transitória onde os representantes de uma organização se reúnem com clientes e os vários *stakeholders*. Este tipo de marketing inclui o planeamento estratégico, a comunicação e a execução de eventos para atingir os objetivos (Goebert, 2020). O marketing desportivo é dinâmico e está em constante evolução, porque as tendências na indústria desportiva e as preferências dos consumidores são cada vez mais exigentes. Deste modo, é importante compreender as motivações dos consumidores e adaptar as estratégias de comunicação para fortalecer a ligação com o público-alvo (Kim & Mao, 2021).

## CAPÍTULO 3

### CONSEQUÊNCIAS DA COVID-19 NOS EVENTOS DESPORTIVOS

A pandemia provocou muitas alterações na sociedade em geral e nos eventos desportivos em particular. As consequências da Covid-19 têm sido multifacetadas, impactando vários aspetos da sociedade e do bem-estar dos indivíduos (Carmody et al., 2020). Os efeitos foram devastadores para a sociedade em geral e também para a indústria do desporto. Muitas ligas profissionais, em todo o mundo, suspenderam as suas temporadas e centenas de milhares de empregos foram colocados em risco com o cancelamento de eventos desportivos públicos em todo o mundo, o que despoletou uma série de consequências sociais, económicas e psicológicas (Sheptak & Menaker, 2020).

#### 3.1. Consequências sociais

A pandemia teve implicações a vários níveis, nomeadamente a nível social. A imposição de medidas de distanciamento impediu a presença de multidões nos estádios e muitos eventos desportivos foram cancelados ou adiados. Isto levou à frustração dos adeptos e à perda de oportunidades para atletas, patrocinadores e organizações (Record, 2020 Março).

Além disso as restrições de viagem e as medidas de segurança dificultaram a deslocação das equipas e dos seus adeptos o que acentuou as desigualdades no acesso ao desporto em diferentes regiões. Segundo Westmattmann et al. (2020), a suspensão dos eventos presenciais, aumentou a dependência de transmissões *online*, *streaming* e interações virtuais, o que ampliou o uso de plataformas digitais e tecnologias de comunicação.

A pandemia também impulsionou a inovação e a criatividade na forma com os eventos desportivos passaram a ser organizados, pois houve necessidade de introduzir medidas de segurança, realizar eventos sem público, utilizar bolhas de isolamento e aplicar protocolos rigorosos no que diz respeito à realização de testes PCR e serológicos (Matos et al., 2020).

Por outro lado, a crise gerada pela pandemia também levou a um aumento na solidariedade e na conscientização sobre questões sociais, verificando-se um envolvimento ativo dos atletas e das organizações desportivas em iniciativas de caridade para ajudar comunidades afetadas pela pandemia (Prainsack, 2020).

### 3.2. Consequências económicas

O desporto e as atividades relacionadas com o mesmo têm uma influência significativo da sua atividade financeira a nível mundial e ainda hoje são várias as regiões que lutam pela realização de eventos desportivos para promover o local e incentivar o consumo (Chang et al., 2022). A paralisação e a redução dos eventos desportivos tiveram um impacto económico significativo em vários setores (*e.g.*, turismo, hospitalidade, *merchandising*) e muitos empregos foram perdidos ou suspensos o que afetou, negativamente, as comunidades locais (Drewes et al., 2020).

Os eventos desportivos podem não gerar lucros imediatos, mas dão origem a investimentos em infraestruturas, geram mais emprego, impulsionam o turismo e contribuem para o aumento das receitas da região (Daniels & Tichaawa, 2021). Muitos eventos desportivos foram cancelados ou adiados devido às restrições, o que resultou em perdas financeiras substanciais para organizações desportivas, patrocinadores, emissoras de televisão e outras partes interessadas (Sanderson & Brown, 2020).

A proibição ou limitação da presença de espectadores nos estádios reduziu drasticamente as receitas de bilheteira e os clubes mais pequenos que dependem significativamente dessas receitas para cobrir custos e gerar lucros passaram por grandes dificuldades (Grix et al., 2021). A suspensão ou cancelamento de eventos desportivos também afetou os direitos de transmissão, o que levou a perdas financeiras para emissoras de televisão, plataformas de *streaming* e contratos publicitários relacionados a essas transmissões (Skinner & Smith, 2021).

A necessidade de implementar medidas de segurança e saúde adicionais, como testes regulares, protocolos de distanciamento social e medidas de higiene, aumentou os custos operacionais para os organizadores de eventos desportivos (Keshka et al., 2021). Por outro lado, a pandemia acelerou a adoção de tecnologias digitais nos eventos desportivos, o que abriu novas oportunidades económicas e modelos de negócios no futuro (Glebova et al., 2022).

### 3.3. Consequências psicológicas

A pandemia tem sido associada ao aumento do stress, do medo e da ansiedade, o que se refletiu negativamente na saúde mental e no bem-estar porque para muitas pessoas, o desporto faz parte do seu dia-a-dia (Yousaf et al., 2021). O desporto tem vindo a ganhar valor no seio de muitas famílias e tornou-se um hábito para muitos. Os frequentes cancelamentos alteraram

a vida de muitas famílias e impossibilitaram muitas pessoas de se dedicarem ao exercício físico o que originou um vazio nas dinâmicas familiares (Sanderson & Brown, 2020).

Esta interrupção dos eventos desportivos também teve um impacto na saúde mental dos atletas e dos adeptos, porque a incerteza e o isolamento social aumentaram consideravelmente os níveis de ansiedade e stress (Clair et al., 2021). Os atletas enfrentaram incertezas sobre o futuro das suas carreiras, porque com as competições canceladas e os treinos interrompidos aumentaram os níveis de ansiedade. A necessidade de adaptação à nova realidade teve um impacto psicológico que aumentou a resistência à mudança e a necessidade de acompanhar as novas rotinas (Uroh, & Adewunmi, 2021). Os adeptos também sofreram com o cancelamento dos eventos esportivos, pois perderam a sua uma fonte de entretenimento (A Bola, 2020 março). A pandemia também contribuiu para superar os desafios e deixar as pessoas psicologicamente mais fortes (Samuel et al., 2020).

É importante salientar que as consequências psicológicas variam de pessoa para pessoa e dependem de vários fatores, mas o apoio psicológico tem sido fundamental para ajudar a lidar com os desafios associados à pandemia (Sanderson & Brown, 2020).

### **3.4. Impacto da pandemia nos eventos desportivos**

O agravamento da pandemia provocou o cancelamento de várias competições e os clubes foram obrigados a fechar portas aos adeptos e a realizar os jogos sem espetadores. Esta situação originou inúmeras dificuldades financeiras que chegaram a ameaçar a sustentabilidade e o futuro de várias instituições desportivas (Bond et al., 2020).

A realização de jogos sem a presença de adeptos para aplaudir diminui a vantagem da equipa que joga em casa, uma vez que não beneficia do apoio dos seus adeptos, que apenas podem seguir o seu clube através da televisão (Fitzgerald et al., 2020). Os adeptos, além de contribuírem para a atmosfera do estádio, desempenham um papel crucial na vertente financeira do clube (Drewes et al., 2020).

As receitas dos clubes derivam principalmente da venda de bilhetes, da transmissão dos jogos e dos patrocínios e publicidade (Hall, 2020). Sob pressão financeira devido à falta de receitas e com os jogos suspensos, os clubes viram-se obrigados a negociar reduções salariais com os jogadores (Drewes et al., 2020). O mercado de transferências também foi afetado pela queda de receitas causada pela pandemia o que levou os clubes a cortarem nas despesas com transferências de jogadores (Ahmed, 2020 Maio).

Quando os treinos e os jogos foram retomados, foram implementadas medidas de higiene, normas de distanciamento e a realização de testes era feita frequentemente tanto aos jogadores, como aos treinadores e equipa técnica (Grix et al., 2020).

As bolas passaram a ser desinfetadas antes e durante os jogos, e apenas quatro apanha-bolas podiam estar presentes nos recintos. estando devidamente equipados com luvas. No banco, os jogadores usavam máscaras e mantinham uma distância de pelo menos dois metros entre eles. Foi-lhes, ainda, solicitado que durante os festejos dos golos mantivessem a distância e substituíssem os abraços por um cumprimento com o cotovelo. Todas as pessoas envolvidas nos jogos (*e.g.*, jogadores, treinadores, equipa técnica, repórteres) tiveram que respeitar as medidas de distanciamento e usar sempre máscara (Hammerschmidt et al., 2021).

### **3.4.1. Paralisação total dos eventos desportivos**

As autoridades de saúde pública e as organizações desportivas tomaram medidas drásticas para proteger os atletas, as equipas, os funcionários e os adeptos, mas a paralisação total afetou todos os eventos desportivos, desde as competições locais até aos maiores torneios internacionais (Perold et al., 2020). Ao longo do tempo, alguns eventos começaram a ser retomados, mas sempre com a garantia de que todos os envolvidos cumpriam as medidas de higiene implementadas pela DGS (Direção-Geral de Saúde; Redação Maisfutebol, 2020 Agosto).

As decisões sobre a continuidade ou interrupção dos eventos desportivos continuaram a ser influenciadas pelas condições locais da pandemia, as orientações das autoridades de saúde e os avanços nas medidas de controlo. Em muitos casos, as organizações desportivas também procuraram aconselhamento de especialistas médicos para tomarem decisões informadas sobre a melhor forma de proceder (Löllgen et al., 2020).

### **3.4.2. Impacto na economia dos clubes**

Com a imposição de *lockdowns* e restrições do público, os clubes perderam uma fonte significativa de receitas, provenientes da venda de ingressos para os jogos. Muitas empresas reduziram os seus orçamentos de marketing o que teve um impacto direto nos contratos de patrocínio e publicidade dos clubes o que se traduziu também em perdas avultadas (Lim & Pranata, 2021).

Mesmo sem os eventos os clubes tiveram custos operacionais relacionados com a manutenção das instalações, os salários dos funcionários e outros encargos fixos, o que originou

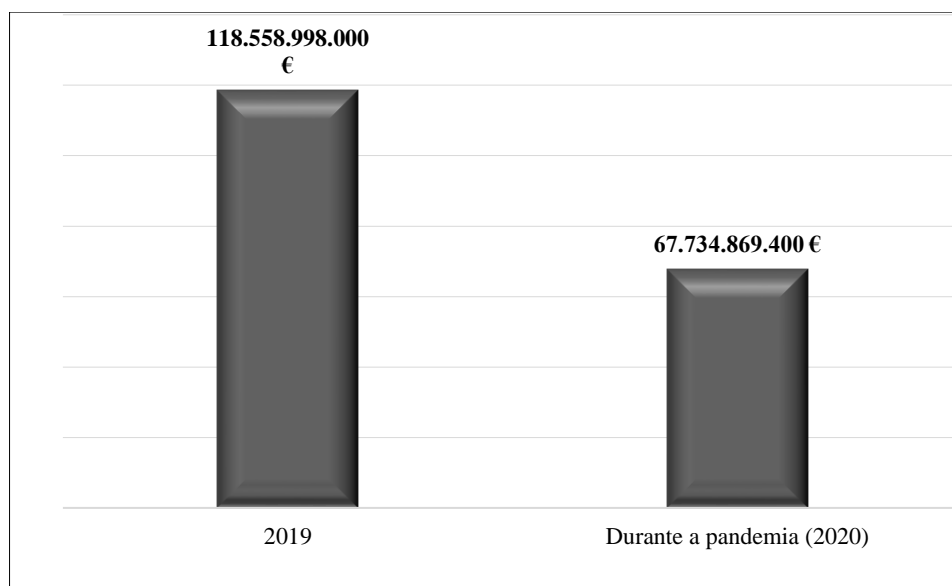
um impacto financeiro negativo. Muitos clubes foram forçados a implementar medidas de redução de custos, incluindo cortes salariais para jogadores e funcionários e a renegociação de contratos (Peña et al., 2021).

O impacto económico variou de clube para clube, dependendo de fatores como o tamanho, a estrutura financeira, a localização geográfica e as ações tomadas pela administração para mitigar os efeitos da crise. Algumas ligas e organizações desportivas também implementaram medidas de apoio financeiro para ajudar os clubes a enfrentar as dificuldades durante esse período (Grix et al., 2021).

Durante a pandemia, as ligas profissionais de todo o mundo suspenderam as suas épocas desportivas, o que levou a que muitos postos de trabalho fossem postos em causa. Na Figura 3 é possível verificar que as receitas da indústria do desporto, em 2020 foram inferiores a 70 bilhões de euros, o que corresponde a quase metade das receitas do ano anterior (Gough, 2020).

**Figura 3**

*Receita dos eventos desportivos antes e durante a pandemia*



(Adaptado de Gough, 2020)

### 3.4.3. Regresso de público às bancadas por fases

O regresso do público às bancadas durante a pandemia foi um processo gradual e dependeu das condições locais, das diretrizes de saúde pública e das decisões das autoridades governamentais e desportivas (DiFiori et al., 2020). Estas fases tiveram em consideração a taxa

de transmissão do vírus, a disponibilidade de vacinas, as condições hospitalares e outros indicadores de saúde (*e.g.*, número de infetados por dia; Agência Lusa, 2021).

Inicialmente, muitos eventos desportivos foram realizados sem a presença de público, mas à medida que a situação foi melhorando começou a ser permitida a presença de um número limitado de espectadores (Agência Lusa, 2021). As autoridades e as organizações desportivas foram monitorizando a situação de saúde e ajustando as medidas. Quando a situação pandémica começou a estar controlada, os adeptos puderam voltar ao estádio e encher a capacidade total dos mesmos (Record, 2020 Abril).

#### **3.4.4. Pré e Pós Pandemia Covid-19 – Afluência dos adeptos**

Antes da pandemia, os eventos desportivos que atraíam multidões eram comuns e a presença dos adeptos era uma parte essencial, pois contribuíam para a atmosfera vibrante e emocionante (Sheptak & Menaker, 2020).

Com o início da pandemia, muitos países implementaram restrições e medidas de distanciamento social para conter a propagação do vírus, o que teve um impacto direto na afluência dos adeptos aos eventos desportivos. Muitos foram cancelados, adiados ou realizados virtualmente. Posteriormente, os jogos começaram a ser realizados sem público ou com uma capacidade significativamente reduzida para que o distanciamento social fosse assegurado (Fallatah, 2021).

O cenário pós-pandemia dependeu das medidas de controlo e do progresso da vacinação e à medida que a situação foi melhorando, os adeptos foram regressando, gradualmente, aos estádios para apoiar as suas equipas (Daniels & Tichaawa, 2021)

Em conclusão, as consequências da Covid-19 foram extensas, afetando a saúde física, o bem-estar mental das pessoas e a dinâmica socioeconómica de todos os países do mundo, pelo que a compreensão destas consequências é crucial para o desenvolvimento de estratégias que permitam enfrentar situações futuras (Evans et al., 2020).

#### **3.4.5. Violência no desporto com o regresso dos adeptos às bancadas**

A violência no desporto é uma preocupação constante e o retorno dos adeptos às bancadas durante a pandemia pode ter contribuído para alguns desafios adicionais. O afastamento dos estádios causou frustração e ansiedade generalizadas e a reintegração dos adeptos nas competições pode ter criado um ambiente onde a pressão acumulada foi libertada, potenciando assim alguns confrontos (Agência Lusa, 2023). Além disso, a implementação de

medidas rigorosas de segurança pode ter gerado tensões entre os adeptos e as autoridades de segurança (Rowe, 2020).

O período sem espectadores intensificou as emoções dos adeptos quando finalmente voltaram aos estádios, o que muitas vezes se traduziu em reações exageradas que deram origem a incidentes violentos. Para lidar com esses desafios, as autoridades desportivas e as organizações responsáveis pela segurança aumentaram a presença de segurança nos estádios e implementaram medidas eficazes para lidar com possíveis situações de conflito, nomeadamente a utilização de câmaras de vigilância e sistemas de monitorização para identificar potenciais situações de violência antes das mesmas ocorrerem (Keshkar et al., 2021).

## CAPÍTULO 4

### METODOLOGIA

A presente investigação foi operacionalizada através de uma metodologia mista, porque segundo Creswell (2021), quando se faz a triangulação dos dados provenientes de técnicas qualitativas e quantitativas o enviesamento dos resultados é menor e a investigação torna-se mais robusta. Por conseguinte, foram realizados três estudos, sendo os mesmos apresentados pela ordem com que foram concretizados. Esta ordem prende-se com o facto de as perguntas das entrevistas terem sido elaboradas a partir da análise documental das notícias (Estudo 1) e os itens do questionário se basearem na análise de conteúdo das entrevistas realizadas no Estudo 2.

#### **Estudo 1 - Análise documental**

A análise documental pode ser desenvolvida a partir de diferentes documentos entre os quais notícias de jornais. Neste contexto, permite-se identificar informações factuais que necessitam de contextualização histórica e sociocultural, ocorridas num passado recente. Pode ainda ser utilizada como uma técnica complementar que valida os dados obtidos através de entrevistas e questionários (Lima-Junior et al., 2021).

#### **4.1.1. Amostra**

Foram analisadas 29 notícias publicadas entre março e dezembro de 2020 (Anexo 1), nos dois jornais desportivos, mais antigos e com maior tiragem em Portugal – A Bola e o Record – e no jornal digital Maisfutebol (Tabela 2).

**Tabela 2**

*Caracterização da amostra*

<b>Jornal</b>	<b>Ano de fundação</b>	<b>Periodicidade</b>	<b>Formato</b>	<b>Tiragem</b>	<b>n</b>
A Bola	1945	Diária	Impresso e Digital	22.613	9
Record	1949	Diária	Impresso e Digital	13.242	10
Maisfutebol	2000	Diária	Digital	-	10

#### **4.1.2. Instrumento de recolha de dados**

As notícias analisadas foram pesquisadas nos *sites* oficiais dos três jornais anteriormente mencionados.

#### **4.1.3. Procedimento**

Devido ao elevado número de notícias publicadas entre março e dezembro de 2020, optou-se por selecionar as que melhor correspondiam ao objetivo do estudo.

### **Estudo 2 - Análise de conteúdo das entrevistas**

Como sugerido por Kyriazos (2018), o método utilizado para determinar o número de participantes teve por base o critério da saturação teórica. O ponto de saturação ocorre quando os dados recolhidos coincidem com a literatura analisada e/ou quando não é possível extrair evidências adicionais que contribuam para enriquecer o estudo.

#### **4.2.1. Amostra**

Foram entrevistados cinco especialistas da área do desporto (*e.g.*, jornalistas, jogadores) com idades compreendidas entre os 20 e os 40 anos ( $M = 32.0$ ;  $DP = 8.3$ ), sendo a maioria sexo masculino (80%).

#### **4.2.2. Instrumento de recolha de dados**

Para avaliar a opinião dos entrevistados sobre os desafios e consequências do COVID-19 nos eventos desportivos em Portugal, foi realizada uma entrevista semiestruturada (Anexo 1) composta por sete perguntas abertas. O guião da entrevista foi baseado na literatura consultada e na análise documental das notícias mencionadas no Estudo 1.

#### **4.2.3. Procedimento**

As entrevistas foram realizadas através das plataformas digitais Zoom e Teams. No início de cada entrevista, todos os participantes assinaram digitalmente uma declaração de consentimento informado (Anexo 2). Antes da entrevista, cuja duração rondou os 15 minutos, os participantes foram informados sobre os objetivos da investigação e que poderiam desistir a qualquer momento, se assim o desejassem. Seguindo as diretrizes do RGPD (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados) foi garantida a confidencialidade e anonimatos dos dados fornecidos pelos entrevistados. Posteriormente, transcreveram-se as entrevistas e seguiram-se

as etapas recomendadas por Bardin (2011) para analisar o seu conteúdo, designadamente: a pré-análise, a exploração dos dados e a interpretação dos resultados. Os dados provenientes das entrevistas foram analisados através do *software* MAXqda.

### Estudo 3 - Análise quantitativa dos inquéritos por questionário

Os inquéritos por questionário são uma das formas mais económicas de recolher dados quantitativos, principalmente se forem colocados *online* ou enviados por *email* para a rede de contactos do investigador. Permitem, ainda, alcançar uma grande amostra num curto período de tempo. Como as perguntas são padronizadas, possibilitam a realização de uma análise comparativa dos dados (Glastonbury & MacKean, 2020).

#### 4.3.1. Amostra

O Estudo 3 contou com a participação de 165 sujeitos, com idades compreendidas entre os 18 e os 57 anos ( $M = 23.4$ ;  $DP = 6.7$ ). Na Tabela 3 são descritas as características da amostra.

**Tabela 3**

*Caracterização sociodemográfica dos participantes*

Variáveis sociodemográficas	n (%)
<b>Sexo</b>	
Masculino	105 (63.6%)
Feminino	60 (36.4%)
<b>Faixa etária</b> ( $M = 23.4$ ; $DP = 6.79$ )	
Menor ou igual a 20 anos	72 (43.6%)
Entre 21 e 25 anos	66 (40.0%)
Maior ou igual a 26 anos	27 (16.4%)
<b>Habilitações literárias</b>	
Inferior a licenciatura	66 (40.0%)
Licenciatura	71 (43.0%)
Superior a licenciatura	28 (17.0%)

#### 4.3.2. Instrumento de recolha de dados

Para a recolha de dados foram formuladas nove perguntas, das quais sete (*e.g.*, O meu clube implementou as medidas necessárias para proteger os adeptos) puderam ser respondidas através de uma escala tipo de *Likert* de sete pontos que oscila entre Discordo totalmente (1) e Concordo totalmente (7). A pergunta oito que pretendeu contabilizar o número de vezes que os adeptos foram ao estádio durante a pandemia e a pergunta nove que procurou apurar se os

participantes percecionam que podem ter apanhado Covid-19 quando foram assistir aos jogos, foram de resposta aberta. Por último, foi incluído um conjunto de perguntas de natureza sociodemográfica (*e.g.*, sexo, idade) que visou a caracterização da amostra.

#### **4.3.3. Procedimento**

O questionário foi criado na plataforma *Google Forms* e o *link* foi partilhado nas redes sociais do investigador. Todos os participantes foram informados sobre o objetivo do estudo e, uma vez mais, assegurou-se o anonimato e a confidencialidade das respostas. A análise estatística foi efetuada através do *software* estatístico SPSS (*Statistical Package for the Social Science*).

## CAPÍTULO 5

### APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Como anteriormente referido, os instrumentos utilizados tiveram por base a análise dos dados obtidos em cada um dos estudos anteriores. Deste modo, os resultados são apresentados de acordo com a metodologia adotada.

#### **Estudo 1 - Análise documental**

Com o objetivo de contextualizar a temática em estudo, foram analisadas 29 notícias publicadas, entre março e dezembro de 2020, nos jornais desportivos mais lidos pelos portugueses. O recurso a fontes primárias permitiu aprofundar e clarificar as principais consequências do Covid-19 nos eventos desportivos, nomeadamente o futebol. Através de uma análise detalhada das notícias foram identificadas as categorias apresentadas na Tabela 4 e a frequência com que foram mencionadas.

**Tabela 4**

*Categorias identificadas nas notícias*

<b>Categoria</b>	<b>Frequência (%)</b>
Paralisação total dos eventos desportivos	50.0%
Impacto económico	19.2%
Regresso de público às bancadas por fases	17.3%
Pré e Pós Pandemia Covid-19 – Afluência dos adeptos	7.6%
Violência no desporto com o regresso dos adeptos às bancadas	5.7%

Como se pode verificar, a paralisação total dos eventos desportivos foi a categoria mais mencionada nas notícias analisadas (50.0%). A partir de março de 2020, o cenário foi marcado por uma interrupção completa das atividades desportivas devido à propagação global da doença, o que impossibilitou a presença dos espectadores em qualquer instalação desportiva. Os Jogos Olímpicos, o Campeonato Europeu de Futebol e a Copa América foram forçados a ser adiados para 2021. Esta interrupção representou um fenómeno sem precedentes, exceção feita aos eventos ocorridos durante a II Guerra Mundial (Record, 2020 Março).

Em Portugal, a I Liga de Futebol Profissional, a principal competição desportiva do país, foi obrigada a encerrar portas, levando todos os atletas a confinar, por um período indeterminado. As restantes competições, nas mais diversas modalidades, viram-se obrigadas a terminar as suas temporadas desportivas em março de 2020. Eventos emblemáticos como o Estoril Open e o Rali de Portugal, acabaram por ser cancelados, levando os organizadores a procurar alternativas, por vezes utilizando formatos virtuais para viabilizar a sua realização (Rosa, 2020).

A retoma da I Liga de Futebol Profissional foi cuidadosamente ponderada em diversas ocasiões, com especialistas atentos ao risco pandémico associado à realização de eventos desportivos. O futebol profissional em Portugal retomou as atividades nos relvados a 3 de junho de 2020, com a proibição total de presença de adeptos nas bancadas. Não obstante, Portugal teve o benefício de acolher a fase final da Liga dos Campeões. Os jogos tiveram lugar no Estádio da Luz e no Estádio José Alvalade XXI, onde foram implementadas várias medidas sanitárias que permitiram que o evento fosse realizado com elevado rigor e segurança (Agência Lusa, 2020).

Outra das categorias, frequentemente, mencionadas nas notícias (19.2%) diz respeito ao impacto económico da pandemia. O futebol é amplamente reconhecido como o desporto rei em Portugal, pelo que a sua prática desempenha um papel fundamental na atividade económica. Além disso, está intrinsecamente ligado ao turismo, verificando-se que 39.0% das visitas ao nosso país, ao longo do ano, se encontram diretamente associadas ao mesmo. Esta relação traduz-se em benefícios substanciais para as atividades económicas nos setores da hotelaria e restauração, que se veem favorecidas pela significativa afluência de turistas (Jenks, 2024).

A suspensão integral das atividades desportivas, especialmente no futebol, teve um impacto substancial e significativo nas finanças dos principais clubes, estimando-se que durante os dois meses de interdição, os prejuízos rondaram os 350 milhões de euros. A ausência de transmissões televisivas, o encerramento das bilheteiras e a paralisação das atividades de *merchandising* acentuaram a pressão sobre os custos relacionados com os salários de jogadores, da equipa técnica e de outros colaboradores. Para fazer face a esta situação muitos clubes acabaram por avançar para o *lay-off* simplificado (Delgado, 2020).

A pandemia exigiu uma reformulação dos eventos desportivos e os clubes viram-se forçados a seguir um novo caminho repleto de incertezas. O presidente da Federação Portuguesa de Futebol, Fernando Gomes, afirmou que o futebol teve que se fortalecer para conseguir

enfrentar esses desafios. Com a paralisação total e o impacto significativo na sua economia, a modalidade viu-se obrigada a ajustar-se à nova realidade (Sportinforma / Lusa, 2020).

Segundo a Agência Lusa (2023), com o regresso dos adeptos às bancadas, o número de incidentes no desporto aumentou durante a temporada 2020-2021, totalizando 2.335 casos, o que representa um crescimento de 36.0% em comparação com os 1.719 registados na temporada anterior. No entanto, o Relatório de Análise da Violência Associada ao Desporto revelou que esses números surgiram mesmo com a ausência de público nas bancadas. A inexistência de público nos estádios e pavilhões não impediu que os fãs se reunissem nas imediações, provocando alguns conflitos.

O regresso dos adeptos às bancadas e o fim do confinamento aumentou gradualmente o número de incidentes que, na maior parte dos casos, estavam relacionados com a posse ou deflagração de artefactos pirotécnicos ou com situações de confronto entre grupos de diferentes clubes. Durante a pandemia, os grupos reconfiguraram-se e acabaram por se radicalizar, tornando-se adeptos mais aguerridos, que competiam de forma intensa para conseguirem dominar. Um dos elementos que contribuiu para o aumento da violência nos recintos desportivos foi a intolerância em relação à adesão das normas e orientações da Direção-Geral da Saúde (DGS) no período de reabertura ao público. Esta situação traduziu-se num notável aumento de tensão por parte dos adeptos mais extremistas que se recusaram a aceitar o cumprimento das regras sanitárias impostas (Pereira, 2023 Março).

A partir de 1 de agosto de 2021, os adeptos tiveram a oportunidade de regressar às bancadas, contudo, sujeitos a diversas regras e restrições. O primeiro evento a ocorrer nesta fase foi a Supertaça, que colocou frente a frente o Sporting Clube de Portugal e o Sporting Clube de Braga. Sendo o primeiro evento desportivo com presença de público, desde o início da pandemia, a lotação foi limitada a 33.0%. Foram implementadas várias medidas, incluindo a exigência do certificado digital Covid-19 válido. Sem o comprovativo da vacinação completa ou a apresentação de um teste PCR negativo realizado até 72 horas antes do jogo, não era possível entrar nos estádios. O uso contínuo de máscara de proteção e o cumprimento do distanciamento físico também se tornaram obrigatórios, conforme as diretrizes da DGS (Notícias de Coimbra, 2021 Julho).

No decorrer de agosto de 2021, a DGS autorizou o aumento da lotação dos recintos desportivos de 33.0% para 50.0% da capacidade. Esta mudança foi considerada “um passo firme e seguro no regresso à normalidade”, apesar de se manter a recomendação de evitar qualquer contacto entre espetadores e outros intervenientes nos eventos desportivos. Os lugares

desocupados estavam “devidamente assinalados para proibir a sua ocupação” por parte do público e o uso de máscara continuou a ser obrigatório (Agência Lusa, 2021).

Em meados de outubro de 2021, a DGS levantou totalmente as restrições, no que diz respeito à limitação de adeptos nos recintos desportivos. No entanto manteve-se a obrigatoriedade do uso da máscara facial e a apresentação do certificado digital (PressNet, 2021). Esta categoria foi mencionada em 17.3% das notícias analisadas.

A pandemia afetou parcialmente a época 2019/2020, teve um impacto total na época 2020/2021 e a época 2021/2022 ainda foi sujeita a restrições impostas pela DGS. A temporada de 2022/2023, iniciou-se sem restrições, mas a presença de adeptos e simpatizantes não alcançou os níveis desejados. Portugal evidencia-se como um dos países com uma das piores taxas de ocupação nos estádios de futebol, verificando-se mesmo uma diminuição de cerca de 20.000 adeptos nos seus recintos desportivos (Agência Lusa, 2021).

A Liga Portuguesa acabou mesmo por ser a competição com a pior taxa de ocupação nos estádios no Top 10 da UEFA (*Union of European Football Associations*). Diversos elementos podem ter contribuído para a ausência e redução do número de adeptos nos estádios dos clubes, nomeadamente a falta de espetáculo e as frequentes interrupções no tempo de jogo. Além disso, nem sempre os horários dos jogos são convenientes para a massa associativa. Na temporada 2022/2023, aproximadamente 43.0% dos jogos foram agendados para horas noturnas (após as 20 horas), dificultando a deslocação de muitos simpatizantes aos estádios. A Liga Portuguesa destacou-se como a competição no Top 20 da UEFA com a maior percentagem de jogos noturnos, iniciados a partir das 20 horas (Maia, 2023).

## **Estudo 2 - Análise de conteúdo das entrevistas**

A análise qualitativa deu a conhecer a opinião de vários profissionais ligados ao mundo do desporto (*e.g.*, atletas, jornalistas) sobre a realidade dos eventos desportivos durante a pandemia Covid-19.

Em primeiro lugar, procurou-se apurar a opinião dos entrevistados sobre as principais consequências do cancelamento dos eventos desportivos em Portugal e verificou-se que 23.6% mencionou a perda de patrocínios/receitas tal como se pode verificar através dos seguintes testemunhos:

*“As principais consequências foram a perda de receitas gerada pela bilhética*

*e a perda do ambiente que os adeptos causam nos estádios.”<sup>1</sup>*

*“No que diz respeito ao futebol, destaca-se a diminuição do número de adeptos nos estádios, a desconexão da prática e visualização do desporto, bem com a diminuição do investimento associado.”<sup>2</sup>*

*“Além disso, considero que o desporto perdeu muita emoção pela ausência de público nas bancadas a apoiar as respetivas equipas.”<sup>3</sup>*

Com a segunda questão pretendeu-se perceber se o afastamento dos estádios, que durou cerca de um ano, causou uma diminuição do número de adeptos/simpatizantes. A análise dos dados revelou que mais de metade dos entrevistados (60.0%) respondeu negativamente. Estes resultados são corroborados pelas seguintes afirmações:

*“Creio que não tenham perdido diretamente simpatizantes ou adeptos [porque] as pessoas que viam e gostam de futebol, continuaram e continuam a fazê-lo da mesma forma.”<sup>4</sup>*

*“Na minha opinião, os clubes não perderam apoiantes, mas foi sem dúvida um período mais complicado para as equipas, o que se refletiu nos seus níveis de motivação.”<sup>5</sup>*

*“Por aquilo que fui percebendo, o fervor dos adeptos aumentou a um nível incrível.”<sup>6</sup>*

A terceira questão incidiu sobre as mudanças realizadas durante a pandemia e de que forma as mesmas afetaram os eventos desportivos e verificou-se que 40.6% dos entrevistados mencionou que, de uma forma geral, houve a necessidade de uma maior organização no que diz respeito à acessibilidade, segurança e higiene. Foi, ainda, referido por 32.5% dos participantes que uma das mudanças mais drásticas foi a falta de público nas bancadas; por

---

<sup>1</sup> Entrevistado C

<sup>2</sup> Entrevistado B

<sup>3</sup> Entrevistado D

<sup>4</sup> Entrevistado A

<sup>5</sup> Entrevistado D

<sup>6</sup> Entrevistado E

outro lado, 26.9% indicou que houve um desenvolvimento significativo das plataformas digitais, como se pode verificar pelas declarações que se seguem.

*“Nos dias que correm, creio que a pandemia trouxe maior organização e rigor ao nível da preparação de eventos desportivos, ao nível de segurança e circulação, bem como com a satisfação do consumidor.”<sup>7</sup>*

*“Jogos sem adeptos, testes de Covid-19 para ir ao estádio e lotação limitada creio que foram as mudanças mais drásticas.”<sup>8</sup>*

Com a quarta pergunta procurou-se apurar se na opinião dos participantes, a pandemia veio alterar o comportamento dos adeptos, uma vez que, numa primeira fase, os recintos desportivos estavam interditos ao público. Na opinião dos entrevistados, 44.4% dos adeptos tornaram-se mais violentos e inconstante e 55.6% considera que voltaram aos recintos com mais vontade. Neste âmbito, os entrevistados referiram que:

*“Numa perspetiva geral, creio que os adeptos ficaram com muita vontade de estarem presentes nos estádios e apoiarem as suas equipas.”<sup>9</sup>*

*“Creio que a pausa e a vontade de ir ao futebol juntamente com o excesso de tempo em casa tornou sem dúvida os adeptos mais violentos.”<sup>10</sup>*

*“De certa forma sim, pelo facto de os adeptos terem estado afastados de eventos desportivos durante muito tempo, o que provocou uma disrupção na normal rotina devido à pandemia.”<sup>11</sup>*

Através da quinta questão, procurou-se perceber se as mudanças realizadas, durante a pandemia Covid-19, influenciaram as estratégias de comunicação e do marketing no futebol e 33.3% referiu que sim. Salientaram, ainda, que muitas estratégias de comunicação e marketing

---

<sup>7</sup> Entrevistado B

<sup>8</sup> Entrevistado C

<sup>9</sup> Entrevistado A

<sup>10</sup> Entrevistado C

<sup>11</sup> Entrevistado D

tiveram que ser reestruturadas (30.0%) de forma a existir uma maior proximidade entre os adeptos e as redes sociais dos clubes. As citações que se seguem comprovam estes resultados.

*“Com a desconexão dos adeptos nos primeiros tempos dado o encerramento parcial dos campeonatos, os clubes procuraram e têm procurado estar mais próximos dos adeptos ao nível das redes sociais, uma ponte de ligação muito valiosa e importante.”<sup>12</sup>*

*“Viveu-se um período de adaptação a uma nova realidade, nunca antes vivida, e tal como as próprias pessoas, também as marcas, empresas e clubes de futebol precisaram de adaptar a sua estratégia de comunicação, com vista a transmitir uma mensagem relacionada com a situação pandémica vivida no país e no mundo.”<sup>13</sup>*

*“A App Zoom veio dar essa hipótese, de contactar um número infindável de pessoas e colocar em direto, o que facilitou todo o processo.”<sup>14</sup>*

A penúltima questão pretendeu averiguar se existem diferenças na programação dos eventos antes e depois da pandemia e 40.9% considera que sim, principalmente no que diz respeito ao desenvolvimento das plataformas digitais (27.2%). Foi, ainda, possível verificar que 18.3% dos entrevistados acredita que passou a existir maior organização na programação dos eventos desportivos, como se pode constatar nas seguintes declarações:

*“(…) o desenvolvimento tecnológico desencadeado pela pandemia permitiu entregar soluções mais confortáveis e de maior acessibilidade ao consumidor, nomeadamente, através do acesso a bilhetes digitais e a aquisição dos mesmos, de forma mais rápida e eficiente.”<sup>15</sup>*

*“Existe diferenças em tudo, não só na programação de eventos. Até os desportos em si mudaram.”<sup>16</sup>*

---

<sup>12</sup> Entrevistado B

<sup>13</sup> Entrevistado D

<sup>14</sup> Entrevistado E

<sup>15</sup> Entrevistado B

<sup>16</sup> Entrevistado E

Por último, perguntou-se aos entrevistados se havia algum assunto relativo a esta temática que considere relevante e quisesse acrescentar. Contudo, por unanimidade, ninguém quis acrescentar nada mais, referindo somente que:

*“Creio que todos os pontos relevantes tenham sido levantados nas perguntas anteriores.”<sup>17</sup>*

Face ao exposto pode concluir-se que apesar da pandemia ter afastado os adeptos dos estádios e outros recintos desportivos, o número de simpatizantes não diminuiu porque as pessoas que viam os jogos de futebol continuaram a fazê-lo. Verificou-se, ainda, que uma das mudanças mais drásticas foi a ausência de público nas bancadas e que quando os adeptos puderam regressar houve a necessidade de uma maior organização ao nível da higiene e segurança. Estas mudanças nem sempre foram bem aceites pelos adeptos que se tornaram mais violentos e instáveis. Também foi possível constatar que para aproximar os adeptos das redes sociais dos clubes houve um grande investimento no desenvolvimento das plataformas digitais.

### **Estudo 3 - Análise quantitativa dos inquéritos por questionário**

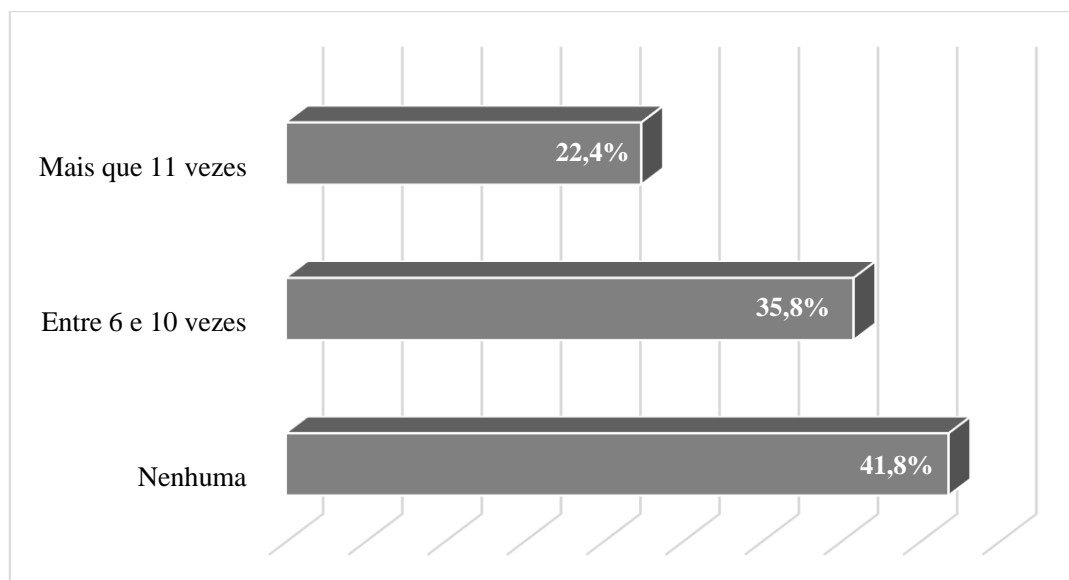
A análise de conteúdo das entrevistas serviu de base às perguntas do questionário que foi aplicado aos adeptos. Os resultados revelaram que mais de metade dos participantes (55.2%) referiu que o seu interesse pelo clube não diminuiu e 57.6% mencionou que não perdeu a conexão com o ambiente desportivo (Tabela 5). Foi, ainda, possível constatar que a maior parte (46.7%) dos inquiridos são adeptos do Sporting Clube de Portugal e 4.2% não tem clube (Figura 4).

---

<sup>17</sup> Entrevistado B

**Figura 4***Clube dos participantes*

Também se apurou que durante a pandemia, 58.2% dos adeptos foram ao estádio seis vezes ou mais (Figura 5).

**Figura 5***Número de vezes que os adeptos foram ao estádio durante a pandemia*

Quando questionados se apanharam Covid-19 quando foram assistir aos jogos, 84.2% dos participantes referiu que não, 14.5% não sabem e 1.2% mencionou que sim. Não obstante estes resultados, 27.3% dos adeptos expressou ter tido receio de ser infetado pelo vírus quando foi assistir aos jogos, apesar de terem consciência de que foram tomadas as medidas necessárias

para a sua proteção. Importa referir que 25.5% dos respondentes deixou de ir ao estádio por ser obrigatório fazer teste à Covid-19. No entanto, 45.5% dos inquiridos afirmou que as plataformas digitais os aproximaram do seu clube. Por último, constatou-se que mais de metade dos participantes (55.7%) acredita que a ausência total de adeptos nas bancadas afetou o desempenho dos atletas (Tabela 5).

**Tabela 5***Resultados da análise quantitativa (%)*

<b>Questões</b>	<b>DT</b>	<b>D</b>	<b>DL</b>	<b>NC/ND</b>	<b>CL</b>	<b>C</b>	<b>CT</b>
O meu interesse pelo clube diminui.	55.2	9.1	4.8	15.8	9.7	2.4	3.0
Perdi a conexão com o ambiente desportivo.	35.2	12.1	10.3	18.2	13.9	6.1	4.2
Deixei de ir ao estádio por ser obrigatório fazer teste à Covid-19.	37.0	9.7	9.1	18.8	6.7	10.3	8.5
Tive receio de ser infetado pelo vírus Covid-19 quando fui assistir aos jogos.	31.5	13.3	7.3	20.6	10.3	9.7	7.3
O meu clube implementou as medidas necessárias para proteger os adeptos.	3.0	3.0	7.3	30.9	15.8	15.8	24.2
As plataformas digitais aproximaram-me do meu clube.	13.3	3.6	6.7	30.9	15.8	13.3	16.4
A ausência total de adeptos nas bancadas (estádios interditos) afetou o desempenho dos atletas.	13.3	3.6	7.3	20.0	18.8	13.9	23.0

Nota: DT = Discordo totalmente; D = Discordo; DL = Discordo ligeiramente; NC/ND = Não concordo nem discordo; CL = Concordo ligeiramente; C = Concordo; CT = Concordo totalmente

## CAPÍTULO 6

### DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nos últimos tempos, o desporto tem vindo a desempenhar um papel vital na sociedade, seja através do entretenimento ou da promoção da saúde física e mental. Contudo, a pandemia causada pela Covid-19, provocou uma transformação drástica no cenário desportivo (Karen, 2022). Em Portugal, um país profundamente ligado ao desporto, a pandemia não interrompeu apenas competições, mas também apresentou desafios previamente desconhecidos, o que teve um impacto neste setor (Delgado, 2020). A súbita paralisação e a adaptação dos eventos desportivos durante a pandemia desafiaram as práticas estabelecidas e levantaram várias questões sobre o impacto da doença no desempenho dos atletas (Fallatah, 2021). A exploração deste contexto permitiu documentar as alterações realizadas e oferecer perspetivas que possam orientar futuras abordagens para a gestão de eventos desportivos em circunstâncias adversas (Dias, 2021).

Os eventos desportivos fortalecem o senso de comunidade e proporcionam momentos de celebração que impulsionam a formação de laços. Com o isolamento social as pessoas deixaram de conviver umas com as outras o que originou consequências negativas a vários níveis (*e.g.*, sociais, psicológicas) tanto para os atletas, como para o público em geral (Sheptak & Menaker, 2020).

A importância deste assunto motivou a realização desta investigação, cujo propósito é analisar os desafios enfrentados pelos eventos desportivos durante a pandemia e conhecer as suas consequências neste setor de atividade. Neste âmbito, foram realizados três estudos que permitiram conhecer as categorias mais abordadas na imprensa e a opinião dos especialistas e dos adeptos sobre esta temática.

Os resultados revelaram que a paralisação total dos eventos desportivos foi a categoria mais abordada nas várias notícias analisadas, o que sugere que este foi o assunto que causou maior surpresa e preocupação junto da população. Conclusões semelhantes foram encontradas por Carmody et al. (2020), segundo os quais as consequências tiveram um impacto desastrosa tanto na área desportiva, como na sociedade em geral. Sheptak e Menaker (2020) acrescentam que os efeitos da pandemia se fizeram sentir a nível, económico e psicológico. Neste âmbito, Westmattmann et al. (2020) refere que o Covid-19 veio realçar as desigualdades que existem

no acesso às plataformas digitais, porque nem todas as pessoas tiveram a mesma possibilidade de assistir às atividades desportivas que foram sendo transmitidas *online*.

A interrupção das atividades desportivas causou um impacto económico substancial em diversas áreas (*e.g.*, perda de empregos, diminuição de receitas) o que se traduziu em perdas financeiras bastante significativas, como se pôde constatar na análise documental realizada no âmbito desta investigação. A este propósito Sanderson e Brown (2020) e Grix et al. (2021), mencionam que a diminuição das receitas provenientes das bilheteiras causou grandes dificuldades aos clubes, principalmente aos mais pequenos que dependem das mesmas para sobreviver. O cancelamento dos eventos desportivos também se fez sentir nos grandes clubes, uma vez que os contratos publicitários e as receitas relacionadas com as transmissões televisivas, tal como postulado nos estudos de Skinner e Smith (2021). Por outro lado, Glebova et al. (2022) referem que a pandemia contribuiu para aumentar o uso de tecnologia digitais na área desportiva, abrindo novas oportunidades de negócio.

A terceira categoria mais mencionada nas notícias publicadas durante o período pandémico diz respeito ao regresso de público às bancadas por fases. Neste âmbito, DiFiori et al. (2020) indicam que esse retorno dependeu largamente das orientações das entidades responsáveis pela saúde pública de cada país. Só quando o número de infetados por dia começou a descer é que houve condições para os adeptos poderem regressão aos estádios (Record, 2020 Abril).

Em quarto lugar surgiu a categoria pré e pós pandemia Covid-19 – afluência dos adeptos que foi mencionada em cerca de 8.0% das notícias. Segundo Sheptak e Menaker (2020) e Fallatah (2021), antes do Covid-19, o desporto atraía milhões de adeptos em todo o mundo e durante a pandemia as atividades desportivas começaram a ser realizadas sem público. Esta situação causou grande frustração e ansiedade nos adeptos, que quando regressaram aos estádios libertaram toda a pressão acumulada e tiveram reações que deram origem a conflitos violentos. Segundo Keshkar et al. (2021) para lidar com a violência relacionada com o regresso dos adeptos às bancadas foram implementadas medidas de segurança bastante intransigentes para impedir que os incidentes chegassem a ocorrer.

Os especialistas entrevistados também referiram que a perda de patrocínios e das receitas da bilheteira tiveram um impacto substancialmente negativo nas finanças dos clubes, principalmente nos mais pequenos. Segundo Delgado (2020) para lidar com essa situação foi necessário avançar para o *lay-off* simplificado.

A análise de conteúdo das entrevistas demonstrou que o afastamento dos estádios não diminuiu o número de adeptos/simpatizantes, mas muitos tornaram-se mais violentos, o que vai ao encontro das notícias publicadas pela Agência Lusa (2023) que reporta que com a libertação da pressão acumulada surgiram alguns confrontos. Por conseguinte houve necessidade de alterar a forma como os eventos passaram a ser organizados, principalmente ao nível da acessibilidade, segurança e higiene, tal como Rowe (2020) refere nos seus estudos.

A pandemia também influenciou as estratégias de comunicação e marketing, pois houve necessidade de recorrer às plataformas digitais para manter o contacto com os adeptos. Além disso, Glebova et al. (2022) defende que esta necessidade foi importante para implementar novos modelos de negócios e aumentar a viabilidade económica das atividades que já existiam.

Por fim, a análise quantitativa revelou que apesar dos adeptos terem receio de ser infetados com o vírus quando iam assistir aos jogos, mais de um quarto mencionou ter assistido a mais de 11 jogos quando a interdição foi levantada. Como reportam os trabalhos de Daniels e Tichaawa (2021) a presença nos jogos foi essencial para dar apoio às equipas. Segundo Toresdahl e Asif (2020) a ausência de público nas bancadas afetou o desempenho dos atletas.

Face ao exposto, pode concluir-se que os eventos desportivos desempenharam um papel positivo durante a pandemia, porque demonstraram ser catalisadores de otimismo, coesão e resiliência em tempos de incerteza. Além de oferecer entretenimento também serviu para unir as comunidades globalmente afetadas. A capacidade de adaptabilidade, associada à determinação e colaboração entre diversas entidades, incluindo as autoridades de saúde pública, não só assegurou a continuidade dos eventos desportivos, mas também realçou a importância da cultura desportiva como fator de esperança e superação em períodos de adversidade. Os eventos desportivos além de cumprirem a sua função habitual, foram agentes impulsionadores de positividade e coesão social durante um período desafiador para a humanidade.

### **6.1. Contributos teóricos e práticos**

O presente trabalho realçou a importância de explorar a teoria dos eventos e de que forma a mesma se aplica a situações extraordinárias, como a provocada pela pandemia Covid-19. Contribuiu, ainda para perceber como os responsáveis pelos eventos desportivos em Portugal responderam à pandemia e quais as medidas que levaram a cabo para minimizar as suas consequências sociais, económicas e psicológicas despoletadas pela mesma. Também foi importante para destacar os desafios enfrentados e as medidas sanitárias implementadas para proteger os adeptos.

A análise das notícias publicadas durante a pandemia, as entrevistas com os profissionais e atletas e os questionários aplicados aos adeptos permitiu conhecer como os vários *stakeholders* vivenciaram a situação e o seu impacto para os clubes e as comunidades locais. Esta investigação proporcionou, ainda, uma análise aprofundada da logística e do planeamento associado aos eventos desportivos, no que diz respeito ao contexto pandémico. Destaca-se a maneira como as diferentes entidades se viram obrigadas a realizar ajustes repentinos, modificações e melhorias para responder de forma ágil a uma doença que emergia de forma súbita. Este estudo revelou as complexidades enfrentadas pelas organizações envolvidas na adaptação e reconfiguração dos seus processos perante a imprevisibilidade decorrente da situação pandémica.

A necessidade de uma resposta célere a uma situação que vedava o ajuntamento de pessoas, foi abordada mediante estratégias que visavam contornar tal restrição. Adicionalmente, procuraram-se soluções que aderissem escrupulosamente a um conjunto específico e exigente de normas, permitindo, assim, a continuidade da prática, ao mesmo tempo que se evitavam potenciais desdobramentos adversos.

Em suma, o desporto e os eventos desportivos responderem de uma forma positiva no decorrer da pandemia Covid-19. A capacidade, dedicação e responsabilidade, aliadas ao árduo trabalho de todas as entidades envolvidas, incluindo os órgãos de saúde pública, permitiram superar a doença. Este esforço conjunto não só preservou a realização dos eventos desportivos, e ainda implicou a implementação de um amplo conjunto de medidas sanitárias para garantir a segurança durante estas atividades.

## **6.2. Limitações e sugestões para estudos futuros**

Uma das principais limitações prende-se com a dificuldade de aceder a informação detalhada sobre os eventos desportivos durante o período pandémico, o que de certa forma impediu uma maior abrangência e profundidade do estudo. Os resultados podem ter sido influenciados pela forma como os dados foram recolhidos, uma vez que as entrevistas foram realizadas *online*. Todos os participantes no estudo vivem na Área Metropolitana de Lisboa, o que impede a generalização das conclusões para todas as regiões do país. Além disso, a investigação focou-se, essencialmente, no futebol. Deste modo, sugere-se que em estudos futuros os dados sejam mais abrangentes em termos geográficos e em diferentes modalidades desportivas.

Considera-se pertinente investigar o impacto, a longo prazo, da pandemia nos eventos desportivos, abordando as mudanças nas práticas organizacionais e nas estratégias de comunicação e marketing dos clubes. A realização de estudos comparativos entre diferentes regiões de Portugal ou com outros países seria importante para compreender de que forma os desafios e consequências enfrentados pelos eventos desportivos durante a pandemia. Propõem-se, ainda, que seja analisada a eficácia das estratégias implementadas e a resiliência do setor desportivo para fazer face a situações de crise, por forma a recomendar medidas que permitam fortalecer a capacidade de resposta em situações similares no futuro. A reflexão sobre estas limitações e sugestões para estudos futuros fornece uma análise mais abrangente e informada sobre os eventos desportivos durante a pandemia Covid-19 em Portugal.

## CONCLUSÃO

A pandemia trouxe consigo inúmeros desafios para todos os setores da sociedade e a área desportiva não foi exceção. Em Portugal, os eventos desportivos, que eram considerados momentos de celebração e união, foram repentinamente interrompidos, o que se traduziu em consequências significativas tanto para atletas, como para os fãs e as organizações desportivas. Não obstante, ao longo deste período também surgiram oportunidades e inovações que redirecionaram a forma como o desporto começou a ser percecionado.

Durante o auge da pandemia, os eventos desportivos foram suspensos ou realizados sem a presença de público, impactando diretamente a atmosfera e o caráter social dessas competições. A ausência de adeptos não afetou apenas a experiência dos fãs, mas também teve implicações financeiras para os clubes e para as organizações desportivas, que dependem em grande parte das receitas provenientes de bilheteira, merchandising e patrocínios que dependem da presença do público.

Além disso, os atletas enfrentaram desafios únicos, desde interrupções nos treinos até à incerteza sobre a realização das competições. Esta situação teve impacto direto no desempenho individual e coletivo, levando a uma reavaliação das condições de treino e preparação física. As consequências psicológicas também foram evidentes, tendo surgido entre os atletas vários casos de ansiedade e pressão adicional de competir num ambiente cheio de incertezas.

Apesar dos desafios, a pandemia também estimulou a inovação no cenário desportivo. A adoção de transmissões virtuais e eventos *online* possibilitou a continuidade das competições e reforçou a conexão com os adeptos de novas maneiras. A tecnologia desempenhou um papel crucial na criação de experiências interativas, desde plataformas de transmissão ao vivo até à utilização da realidade virtual para aproximar o público dos eventos. Estas inovações além de proporcionarem alternativas durante a crise, também contribuíram para o desenvolvimento de novas oportunidades para o futuro dos eventos desportivos.

Verifica-se assim que, em Portugal, os eventos desportivos durante a pandemia enfrentaram desafios sem precedentes, mas também se abriram caminhos para transformações significativas. A resiliência demonstrada pelos atletas, a adaptação das organizações desportivas e as inovações tecnológicas, introduzidas durante este período, deixaram uma marca duradoura no cenário desportivo. À medida que nos recuperamos e avançamos, é crucial refletir sobre as lições aprendidas e considerar como essas experiências irão moldar o futuro do desporto em Portugal e no mundo.

**REFERÊNCIAS**

- Adams, C., & Cronin, M. (2019). Sport and oral history. *The International Journal of the History of Sport*, 36(13-14), 1131-1135. <https://doi.org/10.1080/09523367.2019.1698550>
- Agência Lusa (2020). *Pandemia parou desporto e desviou eventos para Portugal*. <https://www.dnoticias.pt/2020/12/18/243320-pandemia-parou-desporto-e-desviou-eventos-para-portugal/>
- Ahmed, M. (2020 Maio). *Coronavirus threatens €10bn hit to football transfer market*. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/067a3eeb-e915-48af-8384-94fdc495cf59>
- Annamalai, B., Yoshida, M., Varshney, S., Pathak, A., & Venugopal, P. (2021). Social media content strategy for sport clubs to drive fan engagement. *Journal of retailing and consumer services*, 62, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102648>
- Barbu, M., Burcea, G., Dumitru, R., & Popescu, M. (2020). The contribution of sport to economic and social development. *Studia Universitatis Babeş-Bolyai Educatio Artis Gymnasticae*, 65(1), 27-38. [https://doi.org/10.24193/subbeag.65\(1\).03](https://doi.org/10.24193/subbeag.65(1).03)
- Bardin, L. (2011). *Análise de Conteúdo*. Edições 70.
- Bell, S. (2021). Horse racing in imperial Rome: Athletic competition, equine performance, and urban spectacle. *The Running Centaur*, 37(3-4), 28-77. <https://doi.org/10.1080/09523367.2020.1782385>
- Bond, A., Cockayne, D., Ludvigsen, J., Maguire, K., Parnell, D., Plumley, D., Widdop, P., & Wilson, R. (2020). COVID-19: the return of football fans. *Managing Sport and Leisure*, 27(1-2), 1-11. <https://doi.org/10.1080/23750472.2020.1841449>
- Carmody, P., McCann, G., Colleran, C., & O'Halloran, C. (2020). *COVID-19 in the Global South: Impacts and Responses*. Bristol University Press.
- Castro, F. (2021). The significance of the Colosseum to ancient Rome. *Teaching History*, 55(2), 10-17.
- Chang, M., Choong, Y., Ng, L., & Seow, A. (2022). The importance of support for sport tourism development among local residents: the mediating role of the perceived impacts of sport tourism. *Leisure Studies*, 41(3), 420-436. <https://doi.org/10.1080/02614367.2021.2011950>

- Clair, R., Gordon, M., Kroon, M., & Reilly, C. (2021). The effects of social isolation on well-being and life satisfaction during pandemic. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1), 1-17. <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00710-3>
- Cornwell, T. (2020). *Sponsorship in marketing: Effective partnerships in sports, arts and events*. Routledge.
- Creswell, J. (2021). *A concise introduction to mixed methods research*. Sage.
- Daniels, T., & Tichaawa, T. (2021). Rethinking sport tourism events in a post-Covid-19 South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10(4), 1241-1256. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720-160>
- Delgado, E. (2020). Impacto financeiro da COVID-19 no futebol: Em Portugal, todos perdem (e não é pouco). *Sapo*. <https://desporto.sapo.pt/futebol/primeira-liga/artigos/impacto-da-covid-19-no-futebol-em-portugal-todos-perdem-e-nao-e-pouco>
- Dias, G. (2021). Gestão Desportiva Municipal. *Revista Intercontinental de Gestão Desportiva*, 11(3), 1-11.
- DiFiori, J., Green, G., Meeuwisse, W., Putukian, M., Solomon, G., & Sills, A. (2020). Return to sport for North American professional sport leagues in the context of COVID-19. *British Journal of Sports Medicine*, 3, 1-6. doi:10.1136/bjsports-2020-103227
- Drewes, M., Daumann, F., & Follert, F. (2020). Exploring the sports economic impact of COVID-19 on professional soccer. *Soccer & Society*, 22(3), 125-137. <https://doi.org/10.1080/14660970.2020.1802256>
- Ekici, R., & Toksoz, D. (2021). New trends in event marketing. In *Impact of ICTs on event management and marketing* (pp. 156-176). IGI Global.
- Elahi, A., Gholampour, S., & Askarian, F. (2021). The effects of sports mega-events on host communities: A systematic review of studies in three recent decades. *Sports Business Journal*, 1(1), 13-30. <https://doi.org/10.22051/SBJ.2021.36862.1007>
- Evans, A., Blackwall, J., Dolan, P., Fahlen, J., Hoekman, R., Lenneis, V., McNarry, G., Smith, M. & Wilcock, L. (2020). Sport in the Face of the COVID-19 Pandemic: Towards an Agenda for Research in the Sociology of Sport. *European Journal for Sport and Society*, 17(2), 85-95. <https://doi.org/10.1080/16138171.2020.1765100>
- Fallatah, B. (2021). An overview of the impact of the COVID-19 pandemic on sports industry: Causes, implications, and options. *Journal of Human Sport and Exercise*, 16(3), 1-10. <https://doi.org/10.14198/jhse.2021.16.Proc3.26>
- Favorito, J. (2020). *Sports publicity: a practical approach*. Routledge.

- Fitzgerald, H., Stride, A., & Drury, S. (2020). COVID-19, lockdown and (disability) sport. *Managing Sport and Leisure*, 27(1), 1-8. <https://doi.org/10.1080/23750472.2020.1776950>
- Fullerton, S. (2021). *Sports marketing*. Sage.
- Glastonbury, B., & MacKean, J. (2020). Survey methods. In *Handbook for research students in the social sciences* (pp. 225-247). Routledge.
- Glebova, E., Zare, F., Desbordes, M., & Géczi, G. (2022). COVID-19 sport transformation: New challenges and new opportunities. *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 95(1), 54-67. <https://doi.org/10.2478/pcssr-2022-0011>
- Goebert, C. (2020). Augmented reality in sport marketing: Uses and directions. *Sports Innovation Journal*, 1, 134-151. <https://doi.org/10.18060/24227>
- Gold, J., & Gold, M. (2020). *The history of events: ideology and historiography*. Routledge
- Gough, C. (2020). COVID-19: effect on revenue from sports industry worldwide 2020. Statista. <https://www.statista.com/statistics/269797/worldwide-revenue-from-sports-merchandising/>
- Grix, J., Brannagan, P., Grimes, H., & Neville, R. (2021). The impact of Covid-19 on sport. *International journal of sport policy and politics*, 13(1), 1-12. <https://doi.org/10.1080/19406940.2020.1851285>
- Hall, S. (2020). *This is how Covid-19 is affecting the world of sports*. World Economic Forum.
- Hammerschmidt, J., Durst, S., Kraus, S., & Puumalainen, K. (2021). Professional football clubs and empirical evidence from the COVID-19 crisis: Time for sport entrepreneurship? *Technological Forecasting & Social Change*, 165, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120572>
- Jenks, D. (2024). *Como o futebol impacta a economia portuguesa*. <https://dial.news/como-o-futebol-impacta-a-economia-portuguesa/>
- José, M., & Ribeiro, G. (2020). Produção Científica sobre Eventos: análise bibliométrica entre 2000 e 2019. *Revista Turismo em Análise*, 31(3), 518-537. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v31i3p518-537>
- Kaplanidou, K. (2021). Sport events and community development: Resident considerations and community goals. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 22(1), 53-66. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-05-2020-0082>
- Karen, C. (2022). Evento Desportivo. *ABCD Eventos*. <http://abcdeventos.no.comunidades.net/evento-desportivo>

- Keshkar, S., Dickson, G., Ahonen, A., Swart, K., Addesa, F., Epstein, A., Dodds, M., Schwarz, E., Spittle, S., Wright, R., Seyfried, M., Ghasemi, H., Lawrence, I., & Murray, D. (2021). The effects of Coronavirus pandemic on the sports industry: An update. *Annals of Applied Sport Science*, 9(1), 1-23. <https://doi.org/10.29252/aassjournal.964>
- Kim, J., & Kim, M. (2020). Spectator e-sport and well-being through live streaming services. *Technology in Society*, 63, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101401>
- Kim, M., & Mao, L. (2021). Sport consumers motivation for live attendance and mediated sports consumption: A qualitative analysis. *Sport in Society*, 24(4), 515-533. <https://doi.org/10.1080/17430437.2019.1679769>
- Kyriazos, T. (2018). Applied psychometrics: sample size and sample power considerations in factor analysis (EFA, CFA) and SEM in general. *Psychology*, 9(08), 2207-2230. <http://dx.doi.org/10.4236/psych.2018.98126>
- Lim, M., & Pranata, R. (2021). Sports activities during any pandemic lockdown. *Irish Journal of Medical Science*, 190(1), 447-451. <https://doi.org/10.1007/s11845-020-02300-9>
- Lima-Junior, E., Oliveira, G., Santos, A., & Schnekenberg, G. (2021). Análise documental como percurso metodológico na pesquisa qualitativa. *Cadernos da FUCAMP*, 20(44), 35-51.
- Löllgen, H., Bachl, N., Papadopoulou, T., Shafik, A., Holloway, G., Vonbank, K., ... & Pitsiladis, Y. (2020). Recommendations for return to sport during the SARS-CoV-2 pandemic. *BMJ Open Sport: Exercise Medicine*, 6(1), 1-3. <https://doi.org/10.1136/bmjsem-2020-000858>
- Martins, H. (2022). Os impactos económicos da Covid-19 em eventos. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 38, 265-280. <https://doi.org/10.34624/rtd.v38i0.25863>
- Matos, M., McEwan, K., Kanovský, M., Halamová, J., Steindl, S., Ferreira, N., ... & Gilbert, P. (2021). Fears of compassion magnify the harmful effects of threat of COVID-19 on mental health and social safeness across 21 countries. *Clinical Psychology & Psychotherapy*, 28(6), 1317-1333. <https://doi.org/10.1002/cpp.2601>
- Mehta, S. (2020). Significance of marketing campaigns for professional sports teams. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(12), 1600-1611.
- Moura, D., Dias, A., Torres, J., Farinha, P., Ribeiro, B., & Robalo-Cordeiro, C. (2020). Pandemia COVID-19 e impacto no desporto. *Revista de Medicina Desportiva*, 11(3), 26-33. [https://doi.org/10.23911/pandemia\\_2020\\_05](https://doi.org/10.23911/pandemia_2020_05)

- Müller, A., Nascimento, A., & Pinto, N. (2022). Discussion on the legacy of mega-sporting events. *Brazilian Journal of Development*, 8(6), 43474-43488. <https://doi.org/10.34117/bjdv8n6-064>
- Nascimento, M., & Vieira, F. (2022). Muito além de 90 minutos: narrativas de atletas profissionais do futebol. *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho*, 25(5), 1-21. <https://doi.org/10.11606/issn.1981-0490.cpst.2022.182577>
- Notícias de Coimbra (2021 Julho). *Governo permite regresso de público aos eventos desportivos com regras*. <https://www.noticiasdecoimbra.pt/governo-permite-regresso-de-publico-aos-eventos-desportivos-com-regras/>
- Nuseir, M. (2020). The effects of sponsorship on the promotion of sports events. *International Journal of Business Innovation and Research*, 22(2), 191-207. <https://doi.org/10.1504/IJBIR.2020.107838>
- Ocke, M., Bosquetti, M., & Alexandre, G. (2021). Patrocínio esportivo e comunicação de marca: perspectivas de patrocinadores, gestores de marketing esportivo e atletas brasileiros do surfe profissional. *Sport, Leisure and Tourism Review*, 10(3), 21-51. <https://doi.org/10.5585/podium.v10i3.17001>
- Olive, R., & Wheaton, B. (2021). Understanding blue spaces: Sport, bodies, wellbeing, and the sea. *Journal of Sport and Social Issues*, 45(1), 3-19. <https://doi.org/10.1177/0193723520950549>
- Parent, M., & Ruetsch, A. (2020). *Managing major sports events: Theory and practice*. Routledge.
- Peña, J., Altarriba-Bartés, A., Vicens-Bordas, J., Gil-Puga, B., Piniés-Penadés, G., Alba-Jiménez, C.,... & Casals, M. (2021). Sports in time of COVID-19: Impact of the lockdown on team activity. *Apunts Sports Medicine*, 56(209), 1-27. <https://doi.org/10.1016/j.apunsm.2020.100340>
- Pereira, S. (2023 Março). *A ameaça do hooliganismo volta a assustar-nos a todos? Maisfutebol*. <https://maisfutebol.iol.pt/futebol/futebol-europeu/o-ameaca-do-hooliganismo-volta-a-assustar-nos-a-todos>
- Perold, I., Hattingh, C., Bama, H., Bergh, N., & Bruwer, J. (2020). The forced cancellations of four selected annual sport events (ASEs) due to COVID-19 and its socio-economic influence on South Africa: A literature review. *SSRN Electronic Journal* (ahead of print). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3634508>

- Prainsack, B. (2020). Solidarity in times of pandemics. *Democratic theory*, 7(2), 124-133. <https://doi.org/10.3167/dt.2020.070215>
- PressNet (2021). *DGS recomenda o fim de limite de lotação em recintos desportivos recomenda o fim de limite de lotação em recintos desportivos*. <https://pressnet.pt/2021/09/30/dgs-dgs-recomenda-o-fim-de-limite-de-lotacao-em-recintos-desportivos-recomenda-o-fim-de-limite-de-lotacao-em-recintos-desportivos/>
- Rabbanee, F., Roy, R., & Spence, M. (2020). Factors affecting consumer engagement on online social networks: self-congruity, brand attachment, and self-extension tendency. *European Journal of Marketing*, 54(6), 1407-1431. <https://doi.org/10.1108/EJM-03-2018-0221>
- Read, G., & Brown, K. (2020). Brand novelty and publicity about athlete endorsers affect psychological processing of ads. *Communication & Sport*, 11(4), 1-19. <https://doi.org/10.1177/2167479520969142>
- Read, G., Kim, J., Sun, S., Seo, Y., & Brown, K. (2022). Publicity about Athlete Endorsers Affects Responses to Ads via Motivational Activation. *Sport Marketing Quarterly*, 31(2), 101-112. <http://doi.org/10.32731/SMQ.312.0622.02>
- Rowe, D. (2020). Subjecting pandemic sport to a sociological procedure. *Journal of sociology*, 56(4), 704-713. <https://doi.org/10.1177/144078332094128>
- Samuel, R., Tenenbaum, G., & Galily, Y. (2020). The 2020 coronavirus pandemic as a change-event in sport performers' careers: Conceptual and applied practice considerations. *Frontiers in Psychology*, 11, 1-11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.567966>
- Sanderson, J., & Brown, K. (2020). COVID-19 and youth sports: Psychological, developmental, and economic impacts. *International Journal of Sport Communication*, 13(3), 313-323. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0236>
- Serrano-Durá, J., Molina, P., & Martínez-Baena, A. (2021). Systematic review of research on fair play and sporting competition. *Sport, Education and Society*, 26(6), 648-662. <https://doi.org/10.1080/13573322.2020.1786364>
- Sheptak, R., & Menaker, B. (2020). When sport event work stopped: exposure of sport event labor precarity by the COVID-19 pandemic. *International Journal of Sport Communication*, 13(3), 427-435. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0229>

- Silva, A (2021). Impacto dos patrocinadores locais e internacionais nos participantes em corridas de atletismo. *Revista Intercontinental de Gestão Desportiva*, 11, 1-20. <https://doi.org/10.51995/2237-3373.v11i1e110001>
- Silva, E., & Las Casas, A. (2020). Key elements of sports marketing activities for sports events. *International Journal of Business Administration*, 11(1), 11-21. <https://doi.org/10.5430/ijba.v11n1p11>
- Skinner, J., & Smith, A. (2021). Introduction: sport and COVID-19: impacts and challenges for the future (Volume 1). *European Sport Management Quarterly*, 21(3), 323-332. <https://doi.org/10.1080/16184742.2021.1925725>
- Sportinforma / Lusa (2020). *COVID-19: Presidente da FPF considera que futuro do futebol não está garantido*. <https://desporto.sapo.pt/futebol/primeira-liga/artigos/covid-19-presidente-da-fpf-considera-que-futuro-do-futebol-nao-esta-garantido>
- Sveinson, K., & Hoeber, L. (2022). Fashion versus comfort: Exploring the gendered marketing messages of sport team licensed merchandise. *Journal of Sport Management*, 37(3), 165-178. <https://doi.org/10.1123/jsm.2022-0044>
- Toresdahl, B., & Asif, I. (2020). Coronavirus Disease 2019 (COVID-19): considerations for the competitive athlete. *Sports Health*, 20(10), 70-73. <https://doi.org/10.1177/1941738120918876>.
- Triantafyllidis, S., & Mallen, C. (2022). *Sport and sustainable development: an introduction*. Routledge.
- Uroh, C., & Adewunmi, C. (2021). Psychological impact of the COVID-19 pandemic on athletes. *Frontiers in Sports and Active Living*, 3, 1-7. <https://doi.org/10.3389/fspor.2021.603415>
- Vamplew, W. (2022). Bread and Circuses, Olive Oil and Money: Commercialised Sport in Ancient Greece and Rome. *The International Journal of the History of Sport*, 39(6), 589-608. <https://doi.org/10.1080/09523367.2022.2099383>
- Westmattmann, D., Grotenhermen, J., Sprenger, M., & Schewe, G. (2021). The show must go on-virtualisation of sport events during the COVID-19 pandemic. *European Journal of Information Systems*, 30(2), 119-136. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2020.1850186>
- Wheeler, W. (2023). Disclaimers: The Solution to Source Confusion in Sports Merchandising? *Boston College Intellectual Property and Technology Forum*, 2023, 1-12.

- Yang, M., Chen, H., Long, R., & Yang, J. (2022). The impact of different regulation policies on promoting green consumption behavior based on social network modeling. *Sustainable Production and Consumption*, 32, 468-478. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.05.007>
- Yousaf, Z., Nassani, A., & Haffar, M. (2021). Destructive role of covid-19 fear on nurses' performance: mediating role of stress. *Nursing Reports*, 11(4), 955-964. <https://doi.org/10.3390/nursrep11040087>

**ANEXOS**

---

**ANEXO 1**

---

NOTÍCIAS ANALISADAS

- A Bola (2020 Março). Volta ao Alentejo COVID-19 leva ao cancelamento da Volta ao Alentejo. *A Bola*. <https://www.abola.pt/mais-desporto/noticias/covid-19-leva-ao-cancelamento-da-volta-ao-alentejo-2023080912494666223>
- A Bola (2020 Outubro). Islândia Covid-19: Islândia coloca ponto final nas competições domésticas. *A Bola*. <https://www.abola.pt/futebol/noticias/covid-19-islandia-coloca-ponto-final-nas-competicoes-domesticas-2023080911434035977>
- Agência Lusa (2020 Março). *Coronavírus: Acender da tocha olímpica para Tóquio 2020 à porta fechada*. <https://www.record.pt/modalidades/jogos-olimpicos/detalhe/coronavirus-acender-da-tocha-olimpica-para-toquio-2020-a-porta-fechada>
- Agência Lusa (2020 Março). *Covid-19: CONMEBOL adianta dinheiro aos clubes*. <https://www.record.pt/internacional/detalhe/covid-19-conmebol-adianta-dinheiro-aos-clubes>
- Agência Lusa (2020). *Pandemia parou desporto e desviou eventos para Portugal*. <https://www.dnoticias.pt/2020/12/18/243320-pandemia-parou-desporto-e-desviou-eventos-para-portugal/>
- Agência Lusa (2021). Liga confirma aumento da lotação dos estádios para metade. E já nesta jornada. <https://tribuna.expresso.pt/futebol-nacional/2021-08-27-Liga-confirma-aumento-da-lotacao-dos-estadios-para-metade.-E-ja-nesta-jornada-adb745e2>
- Agência Lusa (2023). *Em Portugal, 92% dos incidentes de violência no desporto em 2023 aconteceram no futebol*. <https://tribuna.expresso.pt/atuabilidade/2023-12-29-Em-Portugal-92-dos-incidentes-de-violencia-no-desporto-em-2023-aconteceram-no-futebol-f1dbef9e>
- Cruz, M. (2020 Dezembro). 2020: a pandemia e o Direito do Desporto. *A Bola*. <https://www.abola.pt/opinioes/noticias/2020-a-pandemia-e-o-direito-do-desporto-i-2023080804543391070>
- Cruz, M. (2020 Maio). ONU, desporto e pandemia. *A Bola*. <https://www.abola.pt/opinioes/noticias/onu-desporto-e-pandemia-2023080805234708437>
- Delgado, J. (2020 Abril). Crónicas de um mundo novo: as novas regras do golfe em tempo de Covid-19. *A Bola*. <https://www.abola.pt/futebol/noticias/as-novas-regras-do-golfe-em-tempo-de-covid-19-artigo-de-jose-manuel-delgado-2023080912104060804>
- Gonçalves, J. (2020 Maio). Dignidade europeia. *Record*. <https://www.record.pt/opinioao/detalhe/dignidade-europeia>

- Krithinas, S. (2020 Junho). É o futebol que temos. *Record*. <https://www.record.pt/opiniaocronistas/sergio-krithinas/detalhe/20200623-0017-e-o-futebol-que-temos>
- Maia, A. (2023). Do top 10 da UEFA, só três ligas baixaram assistências no pós-pandemia – Portugal foi uma delas. *Observador*. [https://observador.pt/especiais/do-top-10-da-uefa-so-tres-ligas-baixaram-assistencias-no-pos-pandemia-portugal-foi-uma-delas/?cache\\_bust=1704904813279](https://observador.pt/especiais/do-top-10-da-uefa-so-tres-ligas-baixaram-assistencias-no-pos-pandemia-portugal-foi-uma-delas/?cache_bust=1704904813279)
- Marques, D. (2020 Julho). Taça da Liga com apenas oito participantes em 2020/21. *Maisfutebol*. <https://maisfutebol.iol.pt/taca-liga/28-07-2020/taca-da-liga-com-apenas-oito-participantes-em-2020-21>
- Monteiro, H. (2020 Setembro). O futebol já andava doente...mas com o Covid-19 piorou. *A Bola*. <https://www.abola.pt/opinioes/noticias/o-futebol-ja-andava-doentemas-com-o-covid-19-piorou-2023080805090366080>
- Pires, S., & Travassos, N. (2020, Março). Liga suspende jogos por tempo indeterminado. *Maisfutebol*. <https://maisfutebol.iol.pt/geral/12-03-2020/liga-suspende-jogos-e-treinos-por-tempo-indeterminado>
- Record (2020 Abril). Espanha já anunciou data para começar "a recuperar a vida normal". *Record*. <https://www.record.pt/fora-de-campo/coronavirus/detalhe/espanha-ja-anunciou-data-para-comecar-a-recuperar-a-vida-normal>
- Record (2020 Dezembro). Efeitos da pandemia: perdas podem ser de 362 M€ para o futebol profissional em Portugal. *Record*. <https://www.record.pt/futebol/futebol-nacional/detalhe/efeitos-da-pandemia-perdas-podem-ser-de-362-m-para-o-futebol-profissional-em-portugal>
- Record (2020 Julho). Jogos Olímpicos da Juventude de 2022 adiados. *Record*. <https://www.record.pt/modalidades/jogos-olimpicos/detalhe/covid-19-jogos-olimpicos-da-juventude-de-2022-adiados>
- Record (2020 Maio). Benfica encerra lojas oficiais por tempo indeterminado. *Record*. <https://www.record.pt/futebol/futebol-nacional/liga-betclic/benfica/detalhe/benfica-encerra-lojas-oficiais-por-tempo-indeterminado>
- Record (2020 Março). Coronavírus: Associações de futebol suspendem todos os jogos. *Record*. <https://www.record.pt/futebol/futebol-nacional/detalhe/coronavirus-assocacoes-de-futebol-suspendem-todos-os-jogos?ref=Detalhe Ultimas>
- Record (2020 Março). OMS declara pandemia de Covid-19. *Record*. <https://www.record.pt/fora-de-campo/detalhe/oms-declara-pandemia-de-covid-19>

- Record (2020 Outubro). Covid-19: Suspensas competições europeias de hóquei em patins até ao fim de 2020. *Record*. <https://www.record.pt/modalidades/hoquei-em-patins/detalhe/covid-19-suspensas-competicoes-europeias-de-hoquei-em-patins-ate-ao-fim-de-2020>
- Record (2020 Setembro). Pandemia levou ao cancelamento de 15 eventos da RunPorto. *Record*. <https://www.record.pt/record-running/detalhe/pandemia-levou-ao-cancelamento-de-15-eventos-da-runporto>
- Redação Maisfutebol (2020 Agosto). Covid-19: estádios da Alemanha sem público até final de 2020. *Maisfutebol*. <https://maisfutebol.iol.pt/internacional/bundesliga/covid-19-estadios-da-alemanha-sem-publico-ate-final-de-2020>
- Redação Maisfutebol (2020 Novembro). Covid-19: Santa Clara suspende atividade dos escalões de formação. *Maisfutebol*. <https://maisfutebol.iol.pt/liga/18-11-2020/covid-19-santa-clara-suspende-atividade-dos-escaloes-de-formacao>
- Rosa, V. (2020 Julho). O impacto da Covid-19 no desporto. *A Bola*. <https://www.abola.pt/espaco-universidade/noticias/o-impacto-da-covid-19-no-desporto-artigo-de-vitor-rosa-112-2023080911523829500>
- Serpa, V. (2020 Novembro). Mundo e futebol em tempo de pandemia. *A Bola*. <https://www.abola.pt/opinioes/noticias/mundo-e-futebol-em-tempo-de-pandemia-2023080804594228338>
- Silva, A. (2020 Março). Coronavírus: Desporto 'extra futebol' com "perdas muito relevantes" durante paragem. *Record*. <https://www.record.pt/modalidades/detalhe/coronavirus-desporto-extra-futebol-com-perdas-muito-relevantes-durante-paragem>

## **ANEXO 2**

---

### **GUIÃO DE ENTREVISTA**

1. Com o aparecimento da pandemia provocada pelo COVID-19, os eventos desportivos foram todos cancelados. Na sua opinião, quais foram as principais consequências para o desporto em Portugal, em particular para o futebol?
2. Este afastamento dos estádios durou cerca de um ano. Considera que os clubes perderam adeptos/simpatizantes?
3. A pandemia obrigou a tomar mudanças drásticas. Qual foi o impacto que dessas mudanças nos eventos desportivos?
4. Na sua opinião, a pandemia alterou de alguma forma o comportamento dos adeptos? Considera que a interdição os tornou mais inconstantes e violentos?
5. As mudanças realizadas durante a pandemia influenciaram as estratégias de comunicação e do marketing no futebol?
6. Atualmente, com a pandemia controlada, os eventos desportivos voltaram à “normalidade”. Comparando o antes e depois da pandemia, considera que existem diferenças na programação dos eventos?
7. Há algum assunto relativo a esta temática que considere relevante e queira acrescentar?

**ANEXO 3**

---

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Para os devidos efeitos, declaro que de livre e espontânea vontade, aceito ser entrevistado(a) no âmbito de uma Dissertação de Mestrado em Marketing, do Instituto Superior de Gestão, que pretende analisar os desafios e consequências da pandemia Covid-19 nos eventos desportivos em Portugal.

As informações serão recolhidas através de uma pequena entrevista que será gravada para permitir uma melhor compreensão das questões colocadas. Declaro, ainda, que me foram explicados os objetivos da referida investigação e dadas garantias relativamente ao anonimato e à confidencialidade dos dados que eu venha a revelar. Também fui informado(a) que poderei recusar participar ou interromper a minha entrevista a qualquer momento se assim o desejar.

Depois da defesa da dissertação poderei solicitar ao autor que me disponibilize o trabalho realizado para ter conhecimento dos resultados decorrentes da minha participação no estudo. Para o efeito foi-me facultado o seguinte e-mail: [ujmfraxxxx@xxx.com](mailto:ujmfraxxxx@xxx.com).

Perante o exposto manifesto o meu consentimento em participar nesta investigação.

Data: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

**ANEXO 4**

---

INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO

Este questionário destina-se, a fins meramente académicos e insere-se no âmbito de uma dissertação do Mestrado em Marketing, do Instituto Superior de Gestão, que pretende analisar os desafios e consequências da pandemia Covid-19 nos eventos desportivos em Portugal.

As respostas são anónimas e os dados serão tratados de forma confidencial, respeitando as indicações do RGPD. O seu preenchimento demora cerca de sete minutos. Por favor, responda a todas as questões, pois só assim estará a contribuir para o sucesso desta investigação.

Obrigado pela sua colaboração.



Por motivos legais precisamos que autorize que as suas respostas sejam usadas no âmbito desta investigação. Sim, autorizo

Considerando a sua experiência durante a pandemia Covid-19, por favor indique o grau de concordância com as afirmações que se seguem. Para o efeito utilize a seguinte escala de sete pontos.

Discordo totalmente	Discordo	Discordo ligeiramente	Não concordo Nem discordo	Concordo ligeiramente	Concordo	Concordo totalmente
1	2	3	4	5	6	7

1. O meu interesse pelo meu clube diminuiu.	
2. Perdi a conexão com o ambiente desportivo.	
3. Deixei de ir ao estádio por ser obrigatório fazer teste à COVID-19.	
4. As plataformas digitais aproximaram-me do meu clube.	
5. O meu clube implementou as medidas necessárias para proteger os adeptos.	
6. Tive receio de ser infetado(a) pelo vírus COVID-19 quando fui assistir aos jogos.	
7. A ausência total de adeptos nas bancadas (estádios interditos) afetou o desempenho dos atletas.	

Aproximadamente, quantas vezes foi ao estádio durante a pandemia? \_\_\_\_\_

Apanhei COVID-19 quando fui assistir aos jogos: Sim  Não  Não sei

Os dados que se seguem destinam-se à caracterização da amostra e em nada o(a) vão comprometer.

**Sexo:** Masculino  Feminino  **Idade:** \_\_\_\_\_

**Habilitações literárias:** Ensino Básico  Ensino Secundário  Curso Profissional   
Licenciatura  Pós-Graduação  Mestrado  Doutoramento

Qual é o seu clube? \_\_\_\_\_

**OBRIGADO PELA COLABORAÇÃO**