

As propriedades psicométricas em instrumentos que tratam sobre o “torcedor e o time de futebol do coração”: uma revisão sistemática¹

Psychometric properties in instruments addressing the “supporter and the beloved football team”: a systematic review

Las propiedades psicométricas en instrumentos que versan sobre el “hinchas y su equipo de fútbol”: una revisión sistemática

Wendell Luiz Linhares



Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, Paraná, Brasil
wendell.luiz@hotmail.com

Bruno Pedroso



Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, Paraná, Brasil
prof.brunopedroso@gmail.com

Gonçalo Cassins Moreira do Carmo



Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, Paraná, Brasil
goncalocassins@gmail.com

Miguel Archanjo de Freitas Júnior



Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, Paraná, Brasil
mfreitasjr@uepg.br

Resumo: Este estudo objetiva identificar e analisar as propriedades psicométricas mais utilizadas em artigos, inseridos nas bases de dados Scopus e Web of Science (WOS) entre os anos de 2016 e 2021, que validaram instrumentos sobre a relação torcedor-time de futebol. Optou-se pelo desenho de pesquisas do tipo Revisão

¹ A presente pesquisa recebeu auxílio financeiro da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES.

Sistemática, complementado pelo uso do software Bliiblioshiny for Bibliometrix. Foram coletados 18 artigos e constatou-se que a validade de conteúdo e a confiabilidade por meio do teste de Alfa de Cronbach foram as propriedades mais utilizadas. A primeira tratou da construção de cada elemento do instrumento e a segunda foi um dos principais parâmetros utilizados na avaliação da confiabilidade de instrumentos do tipo questionário.

Palavras-Chave: Propriedades Psicométricas, Identidade, Futebol, Validade de Conteúdo, Confiabilidade.

Abstract: This study aims to identify and analyze the most used psychometric properties in articles that validated instruments regarding the supporter/football team relationship found in the Scopus and Web of Science data bases between 2016-2021. To achieve this aim, the research was developed as a Systematic Review complemented by using the Bliiblioshiny for Bibliometrix software. Eighteen articles were collected, and our results showed that content validity and the Cronbach's alpha test of reliability were the most used properties. While the former addressed the construction of each element of the instrument, the second was one of the main parameters used to evaluate the reliability of instruments such as questionnaires.

Keywords: Psychometric Properties, Identity, Football, Content Validity, Reliability.

Resumen: El estudio objetivo identificar y analizar las propiedades psicométricas más utilizadas en los artículos que validaron instrumentos sobre la relación hincha-equipo de fútbol, que se encuentran en las bases de datos Scopus y Web of Science entre los años del 2016-2021. Se optó por el diseño de investigaciones del tipo Repaso Sistemático, complementado por el uso del software Bliiblioshiny for Bibliometrix. Han sido recoletados 18 artículos y se constató que la validez de contenido y la confiabilidad por medio del teste de Alfa de Cronbach, han sido las propiedades más

utilizadas. La primeira trató de la construcción de cada elemento del instrumento y la segunda fue uno de los principales parámetros utilizados en la evaluación de la confiabilidad de instrumentos del tipo cuestionario.

Palabras-Clave: Propiedades Psicométricas, Identidad, Fútbol, Validez de Contenido, Confiabilidad.

Submetido em: 2022-06-04

Aceito em: 2022-07-28

Introdução

A psicometria pode ser entendida enquanto uma ciência que propicia o diálogo entre teoria e técnica de medida dos processos mentais. Está fundamentada, mais precisamente, no método quantitativo e possui, no ato de representar o conhecimento da natureza, uma maior precisão para descrever a observação, sendo esta exatidão seu pilar e sua característica mais significante. Não obstante, a psicometria possui o desafio e o objetivo de explicar qual sentido têm as respostas dadas pelos respondentes a uma série conhecida como itens, que se encontra em um instrumento (PASQUALI, 2009).

O processo de construção e validação de um instrumento é uma das principais etapas de um trabalho científico que busca coletar dados de uma determinada realidade, proporcionando uma maior segurança e fidedignidade dos fenômenos que se pretende estudar (NORA; ZOBOLI; VIEIRA, 2017). Para que isso ocorra, faz-se necessário que o pesquisador domine os procedimentos e instrumentos utilizados para que possam fornecer bons indicadores (ALEXANDRE; COLUCI, 2011). Já a qualidade da informação disposta pelos instrumentos relaciona-se com as propriedades psicométricas (SOUZA; ALEXANDRE; GUIRARDELLO, 2017).

Áreas do conhecimento como a da saúde e a contábil, por exemplo, têm demonstrado certa preocupação em relação a aferição das medidas psicossociais, mais precisamente nas características psicométricas dos instrumentos de medidas utilizados. Nesse sentido, tem ocorrido um movimento crescente de construção, validação e adaptação de instrumentos para o fomento e o desenvolvimento de estudos dos fenômenos das respectivas áreas (COLUCI; ALEXANDRE; MILANI, 2015; SILVA; SILVA; MACEDO, 2013).

Dessa forma, percebe-se a importância de realizar estudos sobre as propriedades psicométricas utilizadas nos instrumentos em outras áreas, como, por exemplo, nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas, uma vez que se torna possível a verificação e descri-

ção das propriedades psicométricas mais empregadas, proporcionando, assim, o diálogo entre a teoria e os dados observados. Ressalta-se que, esse último aspecto mencionado vem ganhando cada vez mais importância nas pesquisas de características quanti-qualitativas, pois seu modelo permite ao pesquisador realizar um maior cruzamento de informações, deixando o estudo com uma característica mais robusta e com o mesmo nível de significância, tanto para o aspecto teórico quanto para o instrumento utilizado no trabalho.

Nessa lógica, as Ciências Humanas e Sociais Aplicadas configuram-se enquanto um terreno fértil para o desenho de pesquisas de características quanti-qualitativas. Ademais, possuem uma grande capacidade de dialogar com diversos fenômenos e objetos, entre os quais, nos últimos anos, têm se destacado os estudos relacionados ao esporte, sobretudo o futebol (SILVA *et al.*, 2009).

Assim se entende que o futebol, além de se configurar enquanto uma temática que possui capacidade de estabelecer relações de interdependência entre diversas áreas do conhecimento, também se caracteriza enquanto um fenômeno social, o qual nos possibilita ler a sociedade em que está inserido. Enquanto objeto de estudos das Ciências Sociais, o fenômeno citado é amplo, pois observam-se pesquisas que se relacionam com a história (FREITAS JÚNIOR, 2009), a identidade (LINHARES, 2019), o gênero (GABRIEL, 2020), a memória (RIBEIRO; SOUZA, 2021), a gestão (VICENTE, 2021), entre outras linhas.

Os estudos que abordam o futebol e a identidade, mais especificamente na esfera clubística, tratam de forma ampla as dimensões históricas e socioculturais das sociedades (GIULIANOTTI, 2002); por conseguinte, verificam-se as subdimensões do pertencimento dos indivíduos (DAMO, 2012) que dialogam e fazem emergir suas representações, como a da(s) identidade(s).

Esse contexto, no qual os indivíduos constroem e reconstróem suas identidades e seus pertencimentos a partir da faceta futebolística – muitas vezes de forma imaginada –, revela-se fecundo e

propício à construção de instrumentos úteis a uma melhor compreensão do fenômeno que nos intriga e muitas vezes é tratado de forma simplista e reducionista em diversos ambientes da sociedade brasileira. Isso ocorre mesmo no espaço acadêmico, pois, quando o tema é o futebol, sobretudo no que se refere às escolhas do time do “coração”, palpites e afirmações categóricas são emitidas sem a devida realização de estudos.

Nesse sentido, para além dos estudos, salienta-se a importância de desenvolver e validar instrumentos que possam medir o fenômeno mencionado, os quais gerem dados fidedignos e, por consequência, construam índices e referências sobre a temática.

Para tanto, torna-se necessário estabelecer um olhar para o campo científico da temática, a fim de investigar a existência de pesquisas que validaram instrumentos sobre a relação entre torcedor e time de futebol e quais processos foram utilizados – sobretudo, conhecer as propriedades psicométricas utilizadas no processo – para sua validação e aplicabilidade.

Desta forma, com o intuito de mapear a produção do conhecimento sobre o tema, o presente estudo busca responder à seguinte questão norteadora: “Quais foram as propriedades psicométricas mais utilizadas em instrumentos construídos e validados que tratam da relação torcedor-time de futebol?”. Por conseguinte, estabeleceu-se o seguinte objetivo: “Identificar e analisar as propriedades psicométricas mais utilizadas em artigos, inseridos nas bases de dados Scopus e Web of Science (WOS) entre os anos de 2016 e 2021, que validaram instrumentos sobre a relação torcedor-time de futebol”.

Visando atingir o objetivo proposto, optou-se por realizar uma pesquisa do tipo “Revisão Sistemática”, ancorada numa abordagem quanti-qualitativa.

Procedimentos Metodológicos

Para a construção do presente estudo, optou-se por seguir o desenho metodológico das pesquisas denominadas como “Revisão

Sistemática”, delineado por Costa e Zoltowski (2014) e Okoli (2019), articulados à estratégia PICO, que pode ser utilizada na construção de pesquisas de diversas naturezas (SANTOS; PIMENTA; NOBRE, 2007). Vale ressaltar que as etapas foram realizadas pelo primeiro autor e posteriormente replicadas pelo último autor. Neste sentido, desenvolveu-se o seguinte percurso.

Etapa 1 – *Escolha do tema e definição do problema de pesquisa*. Em um primeiro momento foi estabelecida a temática: “Validação de instrumentos relacionados ao torcer, ao pertencer, à definição da identidade clubística, à definição do time de futebol”. No segundo passo dessa etapa, foi realizada uma leitura exploratória da temática e estabelecida uma questão preliminar. Posteriormente foi realizado o refinamento dessa, chegando finalmente à questão norteadora do presente estudo.

Etapa 2 – *Seleção dos termos de busca*. Nessa etapa, utilizou-se os descritores do tipo “controlado”, também conhecidos como “descritores de assunto”, os quais se caracterizam pela função de indexação nas bases de dados, somando-se ao uso dos operadores booleanos (SANTOS; PIMENTA; NOBRE, 2007). Dessa forma, foram definidos os seguintes termos de busca: “Measurement Instruments” OR Reliability AND Soccer OR Football AND Validity AND Fan.

Etapa 3 – *Definição das bases de dados e critérios de inclusão e exclusão*. As buscas foram realizadas nas bases de dados Scopus e Web of Science (WOS), por artigos inseridos entre os anos de 2016 e 2021.

Justifica-se a escolha pelas bases de dados, pois a primeira é uma base internacional relacionada à literatura das diversas ciências, procedente de mais de 16 mil periódicos; por sua vez, a segunda é uma base multidisciplinar, a qual recupera referências bibliográficas e citações de trabalhos publicados em mais de 10 mil periódicos de alto impacto. Já a baliza temporal está pautada pelo interesse em mapear e sistematizar uma produção mais atualizada da temática selecionada.

Foram estabelecidos os seguintes critérios de exclusão: (1) artigos de revisão, livros e capítulos de livros, resumos, monografias, dissertações e teses; (2) artigos que “não validaram instrumentos”; (3) artigos que “validaram instrumentos ou protocolos relacionados a área biológica ou da saúde”; (4) artigos que “validaram instrumentos para atletas/esportistas”; (5) artigos que “validaram instrumentos que contemplaram a relação do torcedor com outros esportes que não o futebol”; (6) artigos que “validaram instrumentos que contemplaram a relação do torcedor com o futebol e outros esportes”; (7) artigos que “validaram instrumentos que contemplaram a relação entre o torcedor e o selecionado nacional”; (8) artigos que “validaram instrumentos ou protocolos com relação ao futebol em geral”; (9) artigos que “validaram instrumentos ou protocolos em outras áreas”; e (10) artigos duplicados.

O critério de inclusão estabelecido foi: (1) artigos que “validaram instrumentos que contemplaram a relação do torcedor com time de futebol”.

Inicialmente foram encontrados 1.246 artigos (Scopus = 928; WOS = 318). Desses, 406 não contemplaram a baliza temporal de 2016 a 2021; 122 eram artigos de revisão; 422 artigos “não validaram instrumento”; 104 artigos “validaram instrumento ou protocolo relacionado a área biológica ou da saúde”; 97 artigos “validaram instrumento para atletas/esportistas”; 31 artigos “validaram instrumentos que contemplaram a relação do torcedor com outros esportes que não o futebol”; 22 artigos “validaram instrumentos que contemplaram a relação do torcedor com o futebol e outros esportes”; 6 artigos “validaram instrumentos que contemplaram a relação entre o torcedor e o selecionado nacional”; 1 artigo “validou instrumentos ou protocolos com relação ao futebol em geral”; 13 artigos “validaram instrumentos ou protocolos de outras áreas”; e 4 artigos eram duplicados. Assim foram incluídos para a presente revisão sistemática 18 artigos (Scopus = 14; WOS = 4).

Etapa 4 – *Critérios de análise de qualidade das fontes*. Os estudos foram analisados a partir dos seguintes critérios de qualidade: a) produção da temática e média de citações de artigos por ano; b)

produção científica por país; c) *co-occurrence network*; e d) propriedades psicométricas utilizadas no instrumento.

Etapa 5 – *Análise dos dados*. Nesta etapa recorreu-se ao uso do software “RStudio” por meio da ferramenta Biblioshiny for Bibliometrix versão 4.1.0. Dessa forma, foi possível unificar as bases de dados e realizar uma análise quanti-qualitativa do material coletado.

Através do software, foi possível identificar a produção anual da temática utilizando o critério da frequência de publicação e a média de citação de artigos por ano. Também utilizando o critério de frequência, foi possível identificar a produção da temática por país.

Já a *co-occurrence network* – a qual apresentou 7 *clusters* – foi gerada tendo como critério e base os *abstracts* dos artigos. A partir deles, emergiram os termos que mais se destacaram e se interligaram; assim, quanto mais densos os *clusters*, mais significantes eram para as produções.

A validade e a confiabilidade dos instrumentos serão analisadas, primeiramente, pela frequência de aparição nos estudos coletados e, posteriormente, tendo como base o quadro conceitual abaixo:

Quadro 1 – Referente conceitual das propriedades psicométricas encontradas nos artigos coletados

Propriedade Psicométrica	Definição conceitual
Validade de Conteúdo	Consiste em julgar se os itens contemplados de um instrumento de medida é relevante e representativo de um específico constructo (ALEXANDRE; COLUCI, 2011).
Validade Convergente	Teste de correlação entre as medidas de instrumentos que avaliam construtos afins (ECHEVARRÍA-GUANILO; GONÇALVES; ROMANOSKI, 2019).
Validade Divergente/Discriminada	Exame lógico das relações que deveriam existir com outras medidas e/ou padrões de valores para grupos que supostamente devem divergir dos valores relacionados ao constructo (ECHEVARRÍA-GUANILO; GONÇALVES; ROMANOSKI, 2019).

As propriedades psicométricas em instrumentos que tratam sobre o ...

Wendell Luiz; Bruno Pedroso; Gonçalo Cassins; Miguel Archanjo

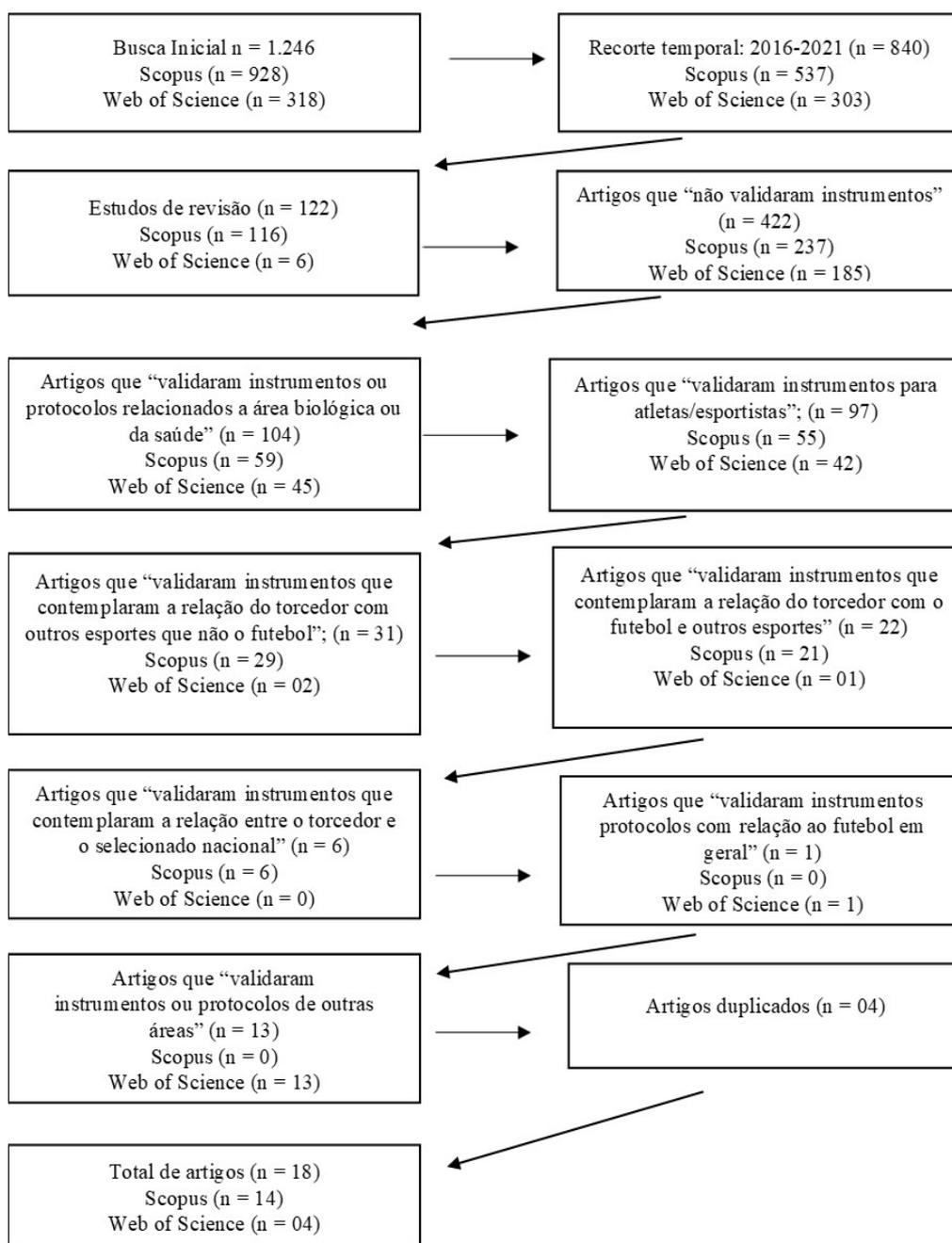
Validade de Constructo	Um conjunto de variáveis que representa o constructo a ser medido. Possibilita estabelecer a validade, gerar hipóteses e previsões, as quais são testadas visando dar validade ao instrumento (SOUZA; ALEXANDRE; GUIRARDELLO, 2017).
Validade de Face	Refere-se à percepção que pacientes e/ou pesquisadores têm sobre a medida.
Validade de Critério	Está ligada à capacidade do instrumento em medir aspectos relacionados com os critérios estabelecidos ou de interesse do pesquisador (PILATTI; PEDROSO; GUTIERREZ, 2010).
Validade Preditiva	Está articulada com a eficiência de determinado teste em apontar alguns resultados futuros (ERTHAL, 2003).
Validade Externa	Refere-se à extensão em que os resultados de um estudo são aplicáveis aos pacientes em nossa prática diária, especialmente para a população que a amostra pretende representar (PATINO; FERREIRA, 2018).
Confiabilidade – Alfa Cronbach	Teste estatístico para estimar a confiabilidade (PILATTI; PEDROSO; GUTIERREZ, 2010).
Consistência Interna	É pautada na correlação dos itens de um mesmo constructo, sendo esperado que eles apresentem correlação entre si (PILATTI; PEDROSO; GUTIERREZ, 2010).
Confiabilidade Composta	Medida de confiabilidade determinada a partir da análise fatorial confirmatória (HAIR JR <i>et al.</i> , 2009).
Coefficientes de Correlação de Pearson	Teste estatístico para verificar a confiabilidade do instrumento (PILATTI; PEDROSO; GUTIERREZ, 2010).
Análise Fatorial Exploratória	Refere-se à identificação de fatores potenciais contidos no instrumento e não requer conhecimento prévio sobre a estrutura postulada do instrumento (ECHEVARRÍA-GUANILO; GONÇALVES; ROMANOSKI, 2019).
Variância Média Extraída	Medida de confiabilidade determinada a partir da análise fatorial confirmatória (HAIR JR <i>et al.</i> , 2009).
Análise Fatorial Confirmatória	Refere-se ao teste das hipóteses geradas por análises exploratórias (ECHEVARRÍA-GUANILO; GONÇALVES; ROMANOSKI, 2019).
Validade Transcultural	Medida em que as evidências suportam a inferência de que o instrumento original e um adaptado culturalmente são equivalentes (SOUZA; ALEXANDRE; GUIRARDELLO, 2017).

Fonte: Elaborado pelos autores.

Resultados

Nesta seção, serão apresentados elementos que caracterizam e, por conseguinte, complementam os resultados encontrados sobre a produção da temática.

Figura 1 – Fluxograma de Coleta das Fontes



Fonte: Elaborada pelos autores.

A Figura 1 identifica o fluxograma de coleta das fontes. O Quadro 2 identifica as fontes que foram coletadas e as classifica por ordem cronológica progressiva, de acordo com o ano da publicação, como A1 (Artigo 1), A2, A3... até A18.

Quadro 2 – Identificação das Fontes

Fonte	Título	Autor(es)	Periódico	Base de Dados	Ano
A1	Enemies with benefits: the dual role of rivalry in shaping sports fans' identity	Johannes Berendt; Sebastian Uhrich	European sport management quarterly	Scopus	2016
A2	Engagement as a source of positive consumer behaviour: a study amongst south african football fans	Frederick W. Stander; Leon T. De Beer	South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation	Scopus	2016
A3	No More "Good" Intentions: Purchase Behaviors in Sponsorship	Noni Zaharia; Rui Biscaia; Dianna Gray; David Stotlar	Journal of Sport Management	Scopus	2016
A4	Determining the Reliability and Validity of the Persian Version of a Sports Nostalgia Questionnaire	Alireza Elahi; Farhad Fathi; Marjan Saffari	Annals of Applied Sport Science	WOS	2016
A5	The role of s.r of club on fans' dependency club reputation (case study: on the team in the football premier league of iran)	Seyed Ahmad Nejhad Sajadi; Salim Hamzeh Javaran	The IIOAB Journal	WOS	2016
A6	Measuring Corporate Social Responsibility in Sport Industry: development and validation of measurement scale	Amir Montazeri; Mahdi Talebpour; Reza Andam; Anoshirvan Kazemnejad	Annals of Applied Sport Science	Scopus	2017
A7	Prioritizing the Factors Affecting Brand Equity of Popular Football Clubs in Iran	Seyed Nasrollah Sajjadi; Rasoul Tarighi; Mohammad Abedlati	Annals of Applied Sport Science	Scopus	2017

A8	The Formulation Strategic Plan of Sepahan sport Club: Fans Management Approach	Rasool Nazari; Saeid Tabesh	Helix	WOS	2017
A9	The role of customer knowledge management in improving organizational performance and creating competitive advantage from viewpoint of Rahian Kermanshah football club fans	Mojtaba Fatah Pour	International Journal of Advanced Biotechnology and Research	WOS	2017
A10	The Persian Soccer Spectator Behaviour Inventory (PSSBI): Development and Psychometric Properties of the PSSBI Using Structural Equation Modelling (SEM)	Nematillah Nemati; Shahla Ostovar; Mark D. Griffiths; Mariani M. Nor; Ramayah Thurasamy	Pertanika J. Soc. Sci. & Hum	Scopus	2018
A11	Examining fan engagement through social networking sites	Thiago Oliveira Santos; Abel Correia; Rui Biscaia; Ann Pegoraro	International Journal of Sports Marketing and Sponsorship	Scopus	2019
A12	In good times and bad times: a model of fan loyalty drawn from Turkish Super League supporters	Metin Argan; Caner Özgen	International Sports Studies	Scopus	2019
A13	Modeling the Competitive Advantage of Iranian Soccer Clubs Based on the Team Reputation Considering the Satisfaction Level of Fans of the Selected Teams	Mohammad Deheshti; Seyyed Morteza Azimzadeh; Zahrasadat Mirzazadeh; Hossein Alimohammadi	Annals of Applied Sport Science	Scopus	2019
A14	Examination of the psychometric properties of the sport interest inventory in a sample of Turkish football spectators	Meltem İnce Yenilmez; Gözde Ersöz; Serkan Çınarlı; İhsan Sarı	Managing Sport and Leisure	Scopus	2020
A15	How deep is your love? Brand love analysis applied to football teams	Félix Velicia Martín; Luis Dona Toledo; Pedro Palos-Sanchez	International Journal of Sports Marketing and Sponsorship	Scopus	2020

A16	Marketing professional clubs to a foreign market: the brand image of Real Madrid and its impact on behavior intentions from a Chinese perspective	Dongfeng Liu; Eric C. Schwarz	Sport in Society	Scopus	2020
A17	The development of a causal relationship model of factors influencing the loyalty of football clubs' fans in the Thai premier football league	Worawee Nakpanom	Kasetsart Journal of Social Sciences	Scopus	2020
A18	Strategic sport sponsorship management – A scale development and validation	Konstantinos Koronios; Demetris Vrontis; Alkis Thrassou	Journal of Business Research	Scopus	2021

Fonte: Elaborado pelos autores.

No que se refere à análise dos indicadores bibliométricos, adotou-se enquanto base os estudos de Aria e Cuccurullo (2017), Campigotto-Sandri *et al.* (2020) e Araújo *et al.* (2021). A escolha se deu pelo fato de utilizarem uma abordagem semelhante, sobretudo pelo uso do software estatístico "RStudio" (versão 4.1.0) com seus pacotes Bliiblioshiny for Bibliometrix.

Tabela 1 – Produção Anual da Temática e Média de Citações de Artigos por Ano (2016-2020)

Ano	Produção da Temática. Nº documentos	Média de Citações de Artigos
2016	5	2,03
2017	4	0,20
2018	1	0,25
2019	3	2,56
2020	4	0,38
2021	1	4,00

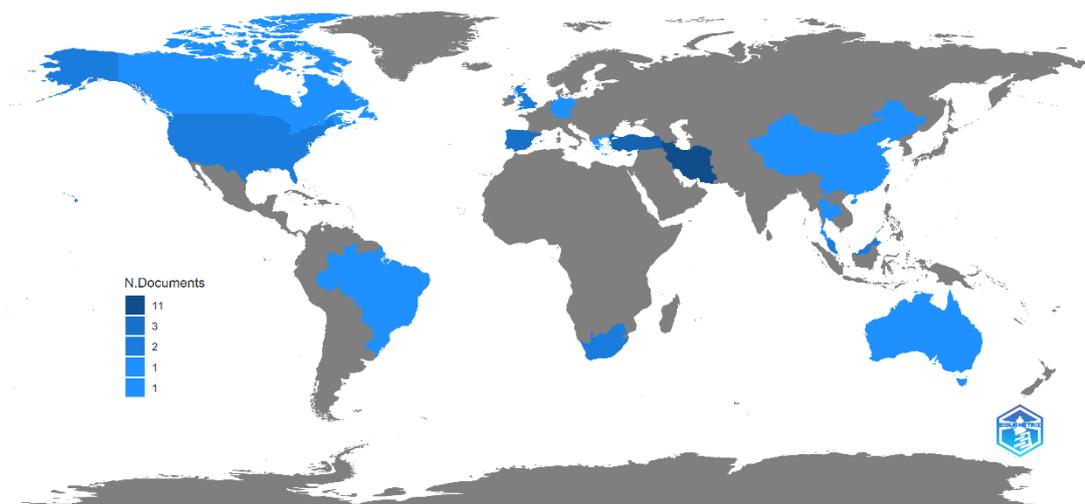
Fonte: Elaborada pelos autores.

A Tabela 1 apresenta uma sistematização dos dados sobre a produção bem como a média de citações de artigos por ano no pe-

ríodo analisado, possibilitando observar – por um viés quantitativo – o panorama atual da temática.

Figura 2 – Produção Científica por País

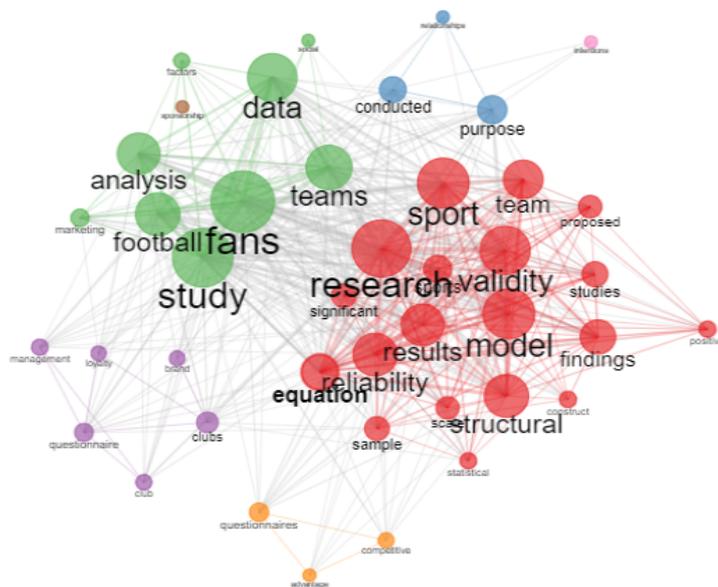
Country Scientific Production



Fonte: Elaborada pelos autores.

A Figura 2 está relacionada com a produção científica por país. A partir dela, é possível verificar, de modo quanti-qualitativo, quais países estão publicando sobre a temática. Nesse sentido, quanto mais escuro for o tom da cor azul, mais publicações o país gerou.

Figura 3 – Co-occurrence network



Fonte: Elaborada pelos autores.

A Figura 3 apresenta uma rede de coocorrência entre os estudos, a qual foi gerada a partir do critério de frequência das palavras no *abstract* das pesquisas. Assim, quanto mais denso for o círculo, mais frequente é a aparição da palavra em diferentes documentos.

Tabela 2 – Fontes e suas Propriedades Psicométricas

Propriedades Psicométricas	Fonte																		
	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5	A 6	A 7	A 8	A 9	A 10	A 11	A 12	A 13	A 14	A 15	A 16	A 17	A 18	%
Validade de Conteúdo	x	-	-	x	-	-	x	x	x	x	x	-	x	x	-	-	x	x	61,11
Validade Convergente	x	-	x	-	x	x	-	-	-	x	x	-	-	x	x	x	-	-	50,00
Validade Divergente/ Discriminada	x	x	x	-	x	-	-	-	-	-	x	x	-	-	x	x	-	x	50,00

Validade de Constructo	-	x	-	x	-	x	-	-	-	x	x	-	-	-	-	-	-	27,78	
Validade de Face	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	11,11	
Validade de Critério	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,56	
Validade Preditiva	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-	x	-	-	-	11,11	
Validade Externa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-	5,56	
Confiabilidade – Alfa Cronbach	-	x	-	x	x	x	x	-	x	x	x	x	x	x	x	x	-	x	77,78
Consistência Interna	-	x	x	-	-	-	-	-	-	-	x	-	x	-	-	-	-	22,22	
Confiabilidade Composta	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-	x	x	-	-	22,22	
Coefficientes de correlação de Pearson	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-	5,56	
Análise Fatorial Exploratória	x	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-	x	-	x	-	x	27,78
Variância Média Extraída	x	-	-	-	x	x	-	-	-	x	x	x	-	-	x	x	-	-	44,44
Análise Fatorial Confirmatória	-	x	x	-	-	x	-	-	-	x	x	x	-	x	x	x	-	x	55,56
Adaptação Transcultural	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	x	x	-	x	-	-	-	x	27,78

Fonte: Elaborada pelos autores.

A Tabela 2 apresenta as fontes e as propriedades psicométricas que foram utilizadas em cada estudo. Assim é possível verificar quais são as propriedades psicométricas que mais e menos emergiram dos estudos.

Discussão

A Tabela 1 indica que entre 2016 e 2021 houve a publicação de 18 artigos que validaram instrumentos em relação ao torcedor-time de futebol. Observa-se o ano de 2016 como o ápice das publicações; 2017 apresenta uma pequena queda em relação ao ano anterior e 2018 é o ano com menor número de publicações dentre o período analisado. Verifica-se uma tendência de modificação desse panorama com o aumento das produções em 2019 e 2020. Percebe-se uma tendência de oscilação das publicações, o que pode significar que a temática se configura como sazonal.

Sobre a média de citações dos artigos por ano, nota-se um contexto dinâmico, com queda na média de 2016 para 2017 e um aumento dos números em 2018 e 2019. Uma nova queda ocorreu em 2020; já em 2021 a média de citações alcançou seu ápice. Entende-se que os números demonstram que cada vez mais os pesquisadores da temática preferem citar estudos com publicações mais recentes.

A Figura 2 foi construída a partir deste critério: autores e seus respectivos países. Assim, se constatou a seguinte ordem de frequência: Irã (11), Turquia (5), Portugal (3), Espanha (3), Chipre (2), Malásia (2), África do Sul (2), Reino Unido (2), Estados Unidos (2), Alemanha (1), Austrália (1), Brasil (1), Canadá (1), China (1), Grécia (1) e Tailândia (1).

Este cenário possibilita identificar que o Irã – mesmo não sendo um país tradicional no futebol – tem publicado sobre a temática e apresenta elementos específicos daquela localidade, como, por exemplo, o questionário de nostalgia para medir os sentimentos dos torcedores em relação a times iranianos tradicionais (ELAHI; FATHI; SAFFARI, 2016), ou o questionário que busca verificar como a reputação de um time de futebol popular impacta no torcedor (SAJADI; JAVARAN, 2016).

Percebe-se que esses estudos apresentam aspectos em comum, como a abordagem em times tradicionais/populares que disputam a principal liga de futebol nacional e seus torcedores/

consumidores. Infere-se que a preocupação em criar e validar modelos de instrumentos que relacionam os times, os torcedores e a liga local iraniana está pautada no desejo de conhecer, desenvolver, aprimorar e expandir o futebol local como um produto.

A Figura 3 foi constituída a partir do campo *abstract* dos artigos coletados. Nela é possível verificar uma rede de coocorrência, a qual é determinada por meio da base de números de documentos nos quais os termos ocorrem simultaneamente. De acordo com Moraes e Kafure (2020), as redes de coocorrência fornecem uma visualização das diversas relações que podem se dar através de conceitos, palavras ou entidades representadas dos documentos que estão sendo analisados.

Assim se verifica que a Figura 3 apresenta 42 entradas, com no mínimo três ocorrências, extraídas do *abstract* dos 18 artigos. Na rede, é possível verificar que as palavras e os nós mais densos refletem uma maior ocorrência; as cores indicam os *clusters* e as linhas, o inter-relacionamento dos termos.

Nesse sentido, identifica-se uma hierarquia de palavras e a existência de 7 *clusters*: os 2 mais densos são os principais; 3 menos densos; e 2 menos densos e com ligações isoladas.

O núcleo vermelho possui 19 termos, sendo os principais aqueles com o círculo mais espesso: "Research", "Validity", "Model", "Results" e "Sport", por exemplo. O núcleo verde é o segundo em número de palavras, com um total de 9, sendo as principais: "Fans", "Study", "Teams" e "Football", na sequência. O núcleo lilás é o terceiro em número de termos, com um total de 6, cujos principais são: "Clubs", "Questionnaire" e "Brand". O núcleo azul é o quarto em número de palavras, com 3, sendo elas "Conducted", "Purpose" e "Relationships". O núcleo laranja é o quinto em número de palavras, com 3: "Questionnaires", "Competitive" e "Advantage". Ainda observam-se 2 núcleos isolados, um rosa e outro marrom, representados, respectivamente, pelos seguintes termos: "Intentions" e "Sponsorship".

Embora tenha-se a compreensão de que esses núcleos possuem certa interdependência e, nesse sentido, se complementem, nota-se que o núcleo vermelho é o principal e as palavras contidas nele estão relacionadas aos conceitos estruturais para estudos de validação e ao desenho ou modelo estrutural a ser aplicado nas pesquisas, as quais são conduzidas por equações, visando alcançar um objetivo e, por consequência, um resultado. Já no núcleo verde, verificam-se termos relacionados ao estudo do futebol, às análises e possíveis descobertas dos fatores que influenciam a relação torcedor e time de futebol. O núcleo azul apresenta termos que talvez não mantenham relações fortes entre si, mas que dialogam bem com os *clusters* mais densos. O núcleo lilás apresenta a mesma característica do núcleo azul, em que o *cluster* em si não apresenta fortes ligações. E os núcleos isolados rosa e marrom interagem apenas com os demais, com destaque para a interação entre o núcleo marrom e o verde.

Dessa forma, os dados da Figura 3 evidenciam que, para a temática – numa perspectiva atual –, existem duas áreas principais em que os estudos se inter-relacionam: a) área da relação estrutural e dos modelos de estudos; e b) área da relação entre o torcedor e o time de futebol. Há ainda duas áreas secundárias e três áreas terciárias.

Com relação às propriedades psicométricas, por meio da Tabela 2 identificou-se que 100% dos estudos utilizaram o questionário como instrumento e 5,56% (1), além do questionário, fizeram o uso de um filme – o qual também foi validado. Observou-se que 94,44% (17) dos estudos utilizaram a escala tipo Likert para as medidas e 5,56% (1) não indicaram nenhuma escala de medida. Além disso, 56,56% (10) dos estudos realizaram adaptação parcial ou total das questões de instrumentos de outras áreas – Marketing e Gestão –, o que demonstra uma lacuna, necessidade e justificativa para a construção e validação de instrumentos sobre a relação torcedor-time de futebol.

De acordo com Pilatti, Pedroso e Gutierrez (2010), a qualidade de um instrumento é determinada por suas propriedades

psicométricas: a confiabilidade e a validade. Souza, Alexandre e Guirardello (2017) corroboram os autores supracitados, argumentando que a confiabilidade e a validade são as principais propriedades de medidas de um instrumento.

A validade de conteúdo foi o tipo de validade mais utilizado nas fontes coletadas (11). A partir da literatura, pode-se justificar essa evidência pelo fato desse tipo de propriedade ser o primeiro passo em busca da validação, além de constituir-se um significativo parâmetro de avaliação. A validação de conteúdo exige muito critério por parte do pesquisador, uma vez que pode influenciar na obtenção de outras validações, como a validade de constructo, por exemplo (ECHEVARRÍA-GUANILO; GONÇALVES; ROMANOSKI, 2019).

A validade convergente foi o segundo tipo de validade mais utilizado nos estudos encontrados (9) e o que mais foi utilizado em conjunto com a validade de conteúdo (4). Entende-se esse panorama, uma vez que, com a validade convergente, torna-se possível verificar o nível de correlação existente entre itens de uma mesma escala ou de constructos semelhantes (PASQUALI, 2003), corroborando o contexto encontrado, uma vez que algumas pesquisas (10) fizeram o uso do processo de adaptação parcial ou total de instrumentos de outras áreas.

Outra medida que pode ser chamada de alternativa para estimar a validade convergente é a variância média extraída (8). Nela observa-se a variância dos itens explicados pelo constructo (SOUZA, ALEXANDRE, GUIRARDELLO, 2017).

Ressalta-se que em alguns casos (3), para verificar a validade convergente, utilizou-se a confiabilidade composta. Tal escolha justifica-se na literatura pelo fato de ser uma estimativa de consistência interna – relacionada à validade convergente –, mais adequada quando comparada com o Alfa de Cronbach, uma vez que a confiabilidade composta prioriza variáveis tendo como critério as confiabilidades (SOUZA, ALEXANDRE, GUIRARDELLO, 2017).

A situação supracitada sobre a validade convergente também é ratificada pela divergente/discriminante, a qual foi o terceiro tipo de validade que mais emergiu das pesquisas (9), uma vez que verifica se os itens de uma escala se correlacionam ou não (MOURA *et al.*, 2015).

A validade de constructo foi a quarta validade mais utilizada nos estudos analisados (5). De acordo com a literatura, é a propriedade mais complexa de ser determinada, pois estuda o grau em que as pontuações se relacionam com outras pontuações de constructos que são conceitualmente relacionados e que visam confirmar hipóteses que contemplam e traduzem uma explicação conceitual (ECHEVARRÍA-GUANILO; GONÇALVES; ROMANOSKI, 2019). Nesse sentido, identificou-se que as fontes que utilizaram a validade de constructo também utilizaram a validade divergente/discriminante (40%) e/ou a validade convergente (40%). Isso pode ser explicado pela literatura, pois um dos métodos mais comuns para alcançar a propriedade psicométrica citada é realizar a validade convergente e divergente/discriminante (ECHEVARRÍA-GUANILO; GONÇALVES; ROMANOSKI, 2019). Ainda é comum verificar uma divisão da validade de constructo em três tipos: a) teste de hipóteses; b) validade estrutural ou fatorial; e c) validade transcultural.

No âmbito da validade estrutural exploratória, a análise fatorial é uma técnica muito utilizada; recomenda-se a variante fatorial confirmatória (10) em detrimento da exploratória (5). A justificativa para essa preferência está alicerçada no fato de que a análise fatorial confirmatória, além de confirmar o modelo estrutural de um instrumento, também possibilita averiguar o quanto as variáveis analisadas representam um número menor de construtos, tornando-se um modelo que apresenta característica mais restritiva e rigorosa quando comparado ao modelo da análise fatorial exploratória (SOUZA, ALEXANDRE, GUIRARDELLO, 2017).

Por conseguinte, a validade transcultural (5) emergiu em alguns estudos enquanto possibilidade de adaptar instrumentos ou partes deles de outro contexto cultural.

A validade de face foi a quinta mais utilizada (2). Vale destacar que essa validade pode ser vista como uma complementaridade à validade de conteúdo (ECHEVARRÍA-GUANILO; GONÇALVES; ROMANOSKI, 2019), o que justifica sua baixa aplicabilidade.

Já a validade de critério foi pouco utilizada (1) pelos pesquisadores. De acordo com a literatura, tal validade é considerada mais confiável por sua característica empírica e é medida através de duas técnicas independentes: a validade preditiva e a validade concorrente (PASQUALI, 2003; ERTHAL, 2003).

Assim, quando a medida construída por um instrumento é similar ao padrão ouro, ou quando a avaliação da medida obtida por dois instrumentos ocorre quase que simultaneamente, a medição caracteriza-se como validade concorrente. Já quando a medida do instrumento prediz algum evento que acontecerá e a coleta é feita em momentos distintos, ela é definida como validade preditiva (ECHEVARRÍA-GUANILO; GONÇALVES; ROMANOSKI, 2019). Ainda de acordo com as autoras, a validade de critério apresenta uma desvantagem, a dificuldade de estabelecer medidas padrão-ouro ou de estas estarem indisponíveis (ECHEVARRÍA-GUANILO; GONÇALVES; ROMANOSKI, 2019), fato que justifica seu pouco uso nos estudos.

A validade externa foi um tipo de validade pouco explorada (1). A literatura indica que antes da validação externa é necessário fazer a validação interna. Esta última pode ser entendida a partir da extensão em que um resultado representa uma verdade para determinada população a qual está sendo estudada (PATINO; FERREIRA, 2018). Dessa forma, quando não é estabelecida a validade interna, a externa torna-se irrelevante, pois esta, diferentemente daquela, está relacionada aos sujeitos da prática diária (PATINO; FERREIRA, 2018).

Figueiredo Filho e Silva Júnior (2009, p. 118) definem o coeficiente de correlação de Pearson como “[...] uma medida de associação linear entre variáveis”. Neste sentido, observou-se sua utilização para ajudar a verificar validades convergentes e preditivas.

Já a confiabilidade está relacionada a como os itens de determinado instrumento efetivamente medem aquilo a que se propõem, e a quanto o instrumento reproduz e obtém resultados consistentes em diferentes contextos (ECHEVARRÍA-GUANILO; GONÇALVES; ROMANOSKI, 2017). O cuidado para verificar a confiabilidade vai desde a possibilidade de os itens serem afetados por diversos aspectos do ambiente de avaliação até a escolha do método estatístico utilizado (SOUZA; ALEXANDRE; GUIRARDELLO, 2017). Ainda de acordo com as autoras, a confiabilidade possui três critérios: a) estabilidade; b) consistência interna; e c) equivalência.

No que se refere aos dados encontrados nas fontes, a indicação da verificação da confiabilidade através do Alfa de Cronbach (13) – o qual está inserido no critério da consistência interna – e a verificação do termo consistência interna (4) demonstram uma prevalência dos estudos no uso do critério “b”. A literatura ainda aponta o Alfa de Cronbach como o coeficiente mais utilizado para avaliar a consistência interna dos instrumentos desde 1950 (SOUZA; ALEXANDRE; GUIRARDELLO, 2017). De acordo com as autoras, mesmo sendo o coeficiente mais usado por pesquisadores, seu ponto negativo é o fato de ainda existir um grande debate sobre as diversas interpretações de dados efetuadas por este coeficiente. Isso pode ser visualizado em uma contraposição entre estudos; alguns determinam que valores acima de 0,7 são os ideais; outros consideram valores abaixo – porém próximos a 0,6 – como satisfatórios (SOUZA; ALEXANDRE; GUIRARDELLO, 2017).

Se por um lado o ideal de mapear uma literatura mais recente acerca da temática nos possibilita verificar como e o que tem sido produzido de mais atual nesse campo científico, por outro o recorte temporal nos limita ao não permitir vislumbrar as produções numa perspectiva longitudinal.

Assim, identifica-se uma lacuna no viés de construção e validação de um instrumento que permita investigar as relações de identificação entre os torcedores brasileiros, sobretudo em pesquisas voltadas para o público infantil.

Considerações Finais

Conclui-se, a partir dos resultados encontrados, – embora certa diversidade seja observada – que as propriedades psicométricas mais utilizadas nos artigos que validaram instrumentos sobre a relação torcedor-time de futebol aqui analisados foram a validade de conteúdo, a validade convergente e a confiabilidade por meio do critério de consistência interna, com a utilização do coeficiente Alfa de Cronbach.

Os resultados deste estudo contribuem para a área ao apresentar um panorama atual da temática e, nesse sentido, também ao indicar algumas possibilidades aos pesquisadores sobre os usos e combinações entre as propriedades psicométricas.

Para o campo acadêmico, a metodologia aplicada contribui para reflexão e construção de novos estudos sobre a complexa relação torcedor-time de futebol, fomentando novas pesquisas, seja de caráter metodológico ou original, para diferentes áreas do conhecimento, como a Educação Física, a Gestão, a Administração, o Marketing, a Psicologia etc.

Quanto a possíveis sugestões para novas pesquisas, entende-se que a área possui suas especificidades, mas identificou-se uma necessidade de construir um instrumento próprio; com relação ao Brasil, essa ação ajudaria a propor soluções de novos problemas ou mesmo a investigação daqueles que ainda necessitam de maiores aprofundamentos quanto a essa temática.

Referências

ALEXANDRE, N. M. C.; COLUCI, M. Z. O. Validade de conteúdo nos processos de construção e adaptação de instrumentos de medidas. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 7, p. 3061-3068, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/5vBh8P-mW5g4Nqxz3r999vrn/?lang=pt>. Acesso em: 25 maio 2020.

ARAÚJO, G. T. *et al.* Base de dados de indicadores padronizados de citações de autores científicos na área de equoterapia: uma revisão bibliométrica. **Research, Society and Development**, [s. l.], v. 10, n. 4, p. e20110413191, 2021. Disponível em: <https://rsd-journal.org/index.php/rsd/article/view/13191>. Acesso em: 26 mar. 2022.

ARGAN, M.; ÖZGEN, C. In good times and bad times: a model of fan loyalty drawn from Turkish Super League supporters. **International Sports Studies**, Berlin, v. 41, n. 1, p. 29-39, 2019. Disponível em: <https://www.logos-verlag.de/cgi-bin/engpaper-mid?doi=10.30819/iss.41-1.04&lng=deu&id=>. Acesso em: 2 jun. 2021.

ARIA, M.; CUCCURULLO, C. Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. **Journal of informetrics**, [s. l.], v. 11, p. 959-975, 2017. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1751157717300500?casa_token=xl0vVF_Vz8UAAAAA:1enR4F3tcuKBxRuVYMZFjACtMgAWE34SrryQKHbIWB97WouK_AiWoOZFqii99WS8xwIMv5Qpbe4. Acesso em: 2 jun. 2021.

BERENDT, J.; UHRICH, S. Enemies with benefits: the dual role of rivalry in shaping sports fans' identity. **European Sport Management Quarterly**, [s. l.], v. 16, n. 5, p. 613-634, 2016. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/16184742.2016.1188842>. Acesso em: 2 jun. 2021.

CAMPIGOTTO-SANDRI, E. *et al.* Empreendedorismo social e inovação social: uma análise bibliométrica. **Estudios Geranciales**, Cali, v. 36, n. 157, p. 511-524, 2020. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v36n157/0123-5923-eg-36-157-511.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2021.

COLUCI, M. Z. O.; ALEXANDRE, N. M. C.; MILANI, D. Construção de instrumentos de medida na área da saúde. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 3, p. 925-936, 2015. Disponível

em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/qTHcjt459YLYPM7Pt7Q7cSn/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 25 maio 2021.

COSTA, Â. B.; ZOLTOWSKI, A. P. C. Como escrever um artigo de revisão sistemática. *In*: KOLLER, S. H.; DE PAULA COUTO, M. C.; HOHENDORFF, J. V. (org.). **Manual de produção científica**. Porto Alegre: Penso, 2014. p. 54-67.

DAMO, A. S. Paixão partilhada e participativa: o caso do futebol. **História: Questões e Debates**, Curitiba, n. 57, p. 45-72, jul./dez. 2012.

DEHESHTI, M.; AZIMZADEH, S. M.; MIRZAZADEH, Z.; ALIMOHAMMADI, H. Modeling the Competitive Advantage of Iranian Soccer Clubs Based on the Team Reputation Considering the Satisfaction Level of Fans of the Selected Teams. **Annals of Applied Sport Science**, [Tehran], v. 7, n. 2, p. 63-71, 2019.

ECHEVARRÍA-GUANILO, M. E.; GONÇALVES, N.; ROMANISKI, P. J. Propriedades psicométricas de instrumentos de medidas: bases conceituais e métodos de avaliação – parte I. **Texto Contexto Enferm.**, Florianópolis, v. 26, n. 4, p. 1-11, 2017.

ECHEVARRÍA-GUANILO, M. E.; GONÇALVES, N.; ROMANISKI, P. J. Propriedades psicométricas de instrumentos de medidas: bases conceituais e métodos de avaliação – parte II. **Texto Contexto Enferm.**, Florianópolis, v. 28, p. 1-14, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tce/a/CpZB9gSc3SrDcQY8nj9yRHD/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 2 fev. 2022.

ELAHI, A.; FATHI, F.; SAFFARI, M. Determining the Reliability and Validity of the Persian Version of a Sports Nostalgia Questionnaire. **Annals of Applied Sport Science**, [Terhan], v. 4, n. 1, p. 21-29, 2016. Disponível em: <http://aassjournal.com/article-1-336-en.pdf>. Acesso em: 2 jun. 2021.

ERTHAL, T. C. **Manual de Psicometria**. 7. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

FIGUEIREDO FILHO, D. B.; SILVA JÚNIOR, J. A. Desvendando os Mistérios do Coeficiente de Correlação de Pearson (r). **Revista Política Hoje**, Recife, v. 18, n. 1, p. 115-146, 2009.

FREITAS JÚNIOR, M. A. **No meio do Caminho**: tensões presentes nas representações sobre o futebol tradicional e o ideal de modernidade brasileira na década de 1950. 2009. 320 f. Tese (Doutorado em História) – Departamento de História, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2009. Disponível em: http://ri.uepg.br/riuepg/bitstream/handle/123456789/429/TESE_MiguelArchanjoFreitasJunior.pdf. Acesso em: 1 fev. 2021.

GABRIEL, B. J. **O futebol da seleção brasileira feminina**: uma análise das coberturas esportivas da Folha de S. Paulo (1991–2016). 2020. 221 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais Aplicadas) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2020. Disponível em: <https://tede2.uepg.br/jspui/handle/prefix/3306>. Acesso em: 1 fev. 2021.

GIULIANOTTI, R. **Sociologia do Futebol**: Dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões. São Paulo: Nova Alexandria, 2002.

HAIR JR, J. F. *et al.* **Análise Multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

KORONIOS, K.; VRONTIS, D. THRASSOU, A. Strategic sport sponsorship management – A scale development and validation. **Journal of Business Research**, [s. l.], v. 130, p. 295-307, 2021.

LINHARES, W. L. **Analisando os fatores que influenciam na definição da identidade clubística**: para qual time de futebol você torce? 2019. 128 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2019. Disponível em: <http://tede2.uepg.br/jspui/handle/prefix/2856>. Acesso em: 1 fev. 2021.

LIU, D.; SCHWARZ, E. C. Marketing professional clubs to a foreign market: the brand image of Real Madrid and its impact on behavior intentions from a Chinese perspective. **Sport in Society**, [s. l.], v. 23, n. 11, p. 1753-1773, 2020. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17430437.2020.1804115?journalCode=fcss20>. Acesso em: 3 jun. 2021.

MARTÍN, F. V.; TOLEDO, L. D.; PALOS-SANCHEZ, P. How deep is your love? Brand love analysis applied to football teams. **International Journal of Sports Marketing and Sponsorship**, [s. l.], v. 21, n. 4, p. 669-693, 2020. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJSMS-10-2019-0112/full/html?skipTracking=true>. Acesso em: 2 jun. 2021.

MONTAZERI, A.; TALEBPOUR, M.; ANDAM, R.; KAZEMNEJAD, A. Measuring Corporate Social Responsibility in Sport Industry: development and validation of measurement scale. **Annals of Applied Sport Science**, [Tehran], v. 5, n. 2, p. 97-114, 2017.

MORAES, L. L.; KAFURE, I. Bibliometria e ciência de dados um exemplo de busca e análise de dados da Web of Science (WoS). **RDBCI: Rev. Dig. Bibliotec e Ci. Info.**, Campinas, SP, v. 18, p. 1-20, 2020.

MOURA, L. R. C. *et al.* Desenvolvimento de uma nova versão de escala para mensuração das características que incentivam a adoção de novos produtos: um estudo sobre a água mineral. **Navus: Revista de Gestão e Tecnologia**, Florianópolis, v. 5, n. 4, p. 96-112, out./dez. 2015.

NAKPANOM, W. The development of a causal relationship model of factors influencing the loyalty of football clubs' fans in the Thai premier football league. **Kasetsart Journal of Social Sciences**, Bangkok, v. 41, n. 3, p. 587-591. 2020. Disponível em: <http://kasetartsartjournal.ku.ac.th/abstractShow.aspx?param=YXJ0aWNsZUIEP-TY1NDF8bWVkaWFJR02ODMw>. Acesso em: 3 jun. 2021.

NAZARI, R.; TABESH, S. The Formulation Strategic Plan of Sepahan sport Club: Fans Management Approach. **Helix: The scientific explorer**, [s. l.], v. 8, p. 1178-1784, 2017.

NEMATI, N.; OSTOVAR, S.; GRIFFITHS, M. D.; NOR, M. M.; THURASAMY, R. The Persian Soccer Spectator Behaviour Inventory (PSSBI): Development and Psychometric Properties of the PSSBI Using Structural Equation Modelling (SEM). **Pertanika J. Soc. Sci. & Hum**, Serdang, v. 26, n. 3, p. 1323-1334, 2018.

NORA, C. R. D.; ZOBOLI, E.; VIEIRA, M. M. Validação por peritos: importância na tradução e adaptação de instrumentos. **Rev. Gaúcha Enferm.**, Porto Alegre, v. 38, n. 3, p. 1-9, 2017. <https://www.scielo.br/j/rngen/a/ZLbbJxnZy9kBNpHFTmBPpKK/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 3 fev. 2022.

OKOLI, C. Guia para realizar uma revisão sistemática da literatura. Tradução: David Wesley Amado Duarte. Revisão técnica e introdução: João Mattar. **EaD em Foco**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 1-40, 2019. Disponível em: <https://eademfoco.cecierj.edu.br/index.php/Revista/article/view/748>. Acesso em: 12 dez. 2021.

PASQUALI, L. Psicometria. **Rev. Esc. Enferm. USP**, v. 43, n. esp., p. 992-999, 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/reeusp/a/Bbp7hnp8TNmBCWhc7vjbXgm/?format=pdf>. Acesso em: 12 dez. 2021.

PASQUALI, L. **Psicometria**: teoria dos testes na psicologia e na educação. Petrópolis: Vozes, 2003.

PATINO, C. M.; FERREIRA, J. C. Validade interna e externa: você pode aplicar resultados de pesquisa para seus pacientes? **J. Bras. Pneumol.**, Brasília, DF, v. 44, n. 3, p. 183-183, 2018.

PILATTI, L. A.; PEDROSO, B.; GUTIERREZ, G. L. As propriedades psicométricas de instrumentos de avaliação: um debate necessário. **R. B. E. C. T**, Ponta Grossa, v. 3, n. 1, p. 81-91, 2010.

POUR, M. F. The role of customer knowledge management in improving organizational performance and creating competitive advantage from viewpoint of Rahian Kermanshah football club fans. **International Journal of Advanced Biotechnology and Research**, Latur, v. 8, n. 2, p. 1475-1481, 2017.

RIBEIRO, L. C.; SOUZA, J. U. O futebol na proposta autoritária e corporativista da Era Vargas (1930-1945). **Revista Topoi**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 46, p. 160-181, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/topoi/a/vVLVtKgLRSNmskRSkkRBydq/?format=pdf>
Acesso em: 2 fev. 2022.

SAJADI, S. A. N.; JAVARAN, S. H. The role of s.r of club on fans' dependency club reputation (case study: on the team in the football premier league of Iran). **The IIOAB Journal**, Nonakuri, v. 7, n. 2, p. 583-587, 2016.

SAJJADI, S. N.; TARIGHI, R.; ABEDLATI, M. Prioritizing the Factors Affecting Brand Equity of Popular Football Clubs in Iran. **Annals of Applied Sport Science**, [Tehran], v. 5, n. 3, p. 87-93, 2017. Disponível em: <http://aassjournal.com/article-1-557-en.pdf>.
Acesso em: 2 jun. 2021.

SANTOS, C. M.; PIMENTA, C. A. M.; NOBRE, M. R. C. A estratégia pico para a construção da pergunta de pesquisa e busca de evidências. **Rev. Latino-am. Enfermagem**, Ribeirão Preto, v. 15, n. 3, p. 508-511, 2007.

SANTOS, T. O.; CORREIA, A.; BISCAIA, R.; PEGORARO, A. Examining fan engagement through social networking sites. **International Journal of Sports Marketing and Sponsorship**. Bingley, United Kingdom, v. 20, n. 1, p. 163-183, 2019. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJSMS-05-2016-0020/full/html>. Acesso em: 1 jun. 2021.

SILVA, R. P. A.; SILVA, I. L. R.; MACÊDO, L. C. B. Avaliação das características psicométricas dos instrumentos de medida utilizados

nos artigos nos periódicos da área contábil: uma análise longitudinal. **Pensar Contábil**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 57, p. 34-42, 2013.

SILVA, S. R. *et al.* **Levantamento da produção sobre o futebol nas Ciências Humanas e Sociais de 1980 a 2007**. Belo Horizonte: Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional-UFMG, 2009.

SOUZA, A. C.; ALEXANDRE, N. M. C.; GUIARDELLO, E. B. Propriedades psicométricas na avaliação de instrumentos: avaliação da confiabilidade e da validade. **Epidemiol. Serv. Saúde**, Brasília, DF, v. 26, n. 3, p. 649-659, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ress/a/v5hs6c54VrhmjvN7yGcYb7b/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 12 dez. 2021.

STANDER, F. W.; DE BEER, L. T. Engagement as a source of positive consumer behaviour: a study amongst south african football fans. **South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation**, Potchefstroom, v. 38, n. 2, p. 187-200, 2016.

VICENTE, R. A. M. **Gestão da Indústria do Futebol**: análise do mercado, valorização dos jogadores e a rentabilização dos negócios. 2021. 131 f. Dissertação (Mestrado em Gestão) – Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa, Universidade Lusíada, Lisboa, 2021. Disponível em: http://repositorio.ulusiada.pt/bitstream/11067/6038/1/mg_ricardo_vicente_dissertacao.pdf. Acesso em: 1 mar. 2021.

YENILMEZ, M. İ.; ERSÖZ, G.; ÇINARLI, S.; SARI, I. Examination of the psychometric properties of the sport interest inventory in a sample of Turkish football spectators. **Managing Sport and Leisure**, [s. l.], v. 25, n. 4, p. 246-258, 2020. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/23750472.2019.1708208?journalCode=rml21>. Acesso em: 3 jun. 2021.

ZAHARIA, N.; BISCAIA, R.; GRAY, D.; STOTLAR, D. No More “Good” Intentions: Purchase Behaviors in Sponsorship. **Journal of Sport**

Management, [Vermillion, South Dakota], v. 30, n. 2, p. 162-175, 2016. Disponível em: <https://journals.humankinetics.com/view/journals/jsm/30/2/article-p162.xml>. Acesso

em: 1 jun. 2021.

Publisher

Universidade Federal de Goiás. Faculdade de Educação Física e Dança. Publicação no Portal de Periódicos UFG. As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.