

Fantasy game e reconfiguração da cultura desportiva: um estudo de caso do Cartola FC

Magnos Cassiano Casagrande

Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5557-3020>

Suélen de Lima Lavarda

Universidade Cruzeiro do Sul, Santiago, RS, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2740-2662>

Ada Cristina Machado Silveira

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7554-2248>

Resumo

O artigo registra resultados de uma pesquisa sobre a reconfiguração da cultura desportiva a partir da criação e promoção comercial de *fantasy games* no futebol brasileiro. Analisa-se a relação existente entre o *fantasy game* Cartola FC e a forma de torcer de seus usuários torcedores do Campeonato Brasileiro de Futebol. Utilizam-se preceitos metodológicos da análise de conteúdo e dados coletados a partir da aplicação de questionários *online*. Entende-se que o *fantasy game* Cartola FC redefine aspectos da cultura futebolística, a forma de torcer, a forma de compreender o jogo. Ao estabelecer uma relação diferenciada com a audiência fideliza torcedores/usuários em favor de uma política esportiva qualificada.

Palavras-chave

Fantasy game. Futebol. Gamificação.

1 Introdução

Os cenários de compreensão das relações entre futebol e sociedade no Brasil pressupõem um panorama multifacetado em que se observa a interação entre aspectos passionais, mitológicos, ritualísticos, hipercomerciais e midiáticos. Tais aspectos convivem com episódios de violência e de corrupção e com o fato de a imprensa esportiva, geralmente, não ser elucidativa sobre todos os elementos que compõem o futebol.

Historicamente, desenvolvem-se atividades que, além de explorar o uso da prática futebolística como prática de entretenimento, promovem melhor entendimento do esporte e de sua socialização. A troca de figurinhas, na qual o *card* desencadeia aspectos do sistema de torcer-compreender, atua como exemplo de interação social, de vinculação afetiva e de compreensão do valor assumido pelos atletas. No imaginário do torcedor esportivo, desenvolve-se o desejo de completar um álbum ou adquirir as principais figurinhas, além de ver determinada equipe sagrar-se campeã. Concebe-se a troca de figurinhas como um antecedente cultural dos *fantasy games*.

Jogar o *fantasy game* Cartola FC pode implicar novos modos de compreensão do futebol e de relação com o futebol em si, em que a forma de torcer se vincula à forma de compreendê-lo. Torcer ganha uma transcendência nesse processo, pois possibilita conhecer melhor diversos elementos que compõem o futebol, como defesa, meio de campo, esquemas táticos e dados estatísticos, não apenas o ataque, para o qual comumente se volta o olhar da imprensa esportiva e dos torcedores brasileiros em geral.

Em meio a esse contexto, o presente artigo registra resultados de uma pesquisa que tem como questão central analisar a influência do *fantasy game* Cartola FC na forma de torcer dos usuários torcedores do Campeonato Brasileiro de Futebol. Trabalham-se, brevemente, as concepções de *game*, de *fantasy game* e de gamificação e explica-se o funcionamento do *fantasy game* Cartola FC, o uso de redes sociais digitais para sua difusão e o modo como ele é promovido em transmissões esportivas de canais de televisão do grupo Globo (responsável pelo seu desenvolvimento). A partir da aplicação de questionários a usuários do Cartola FC, busca-se identificar fatores que influenciam na escalação das equipes virtuais e mudanças introduzidas no ato de torcer.

Postula-se, inicialmente, que a criação e promoção comercial do *fantasy game* Cartola FC estabelece uma relação distinta com a audiência em tempos de interação digital, ao mesmo tempo que integra os novos protagonismos que ocorrem dentro do cenário do futebol. Entende-se que é possível identificar alguns aspectos de evoluções e modificações.

2 Games, *fantasy game* e gamificação

Conceitua-se o jogo (*game*) como um conjunto que compreende tanto a atividade que nomeia quanto os símbolos, imagens e artefatos necessários para realização de tal atividade (CAILLOIS, 1990). Os jogos são de inúmeras variedades, desde paciência e

construção até sorte/azar e simulação. Em comum, estimulam sensações diversas como descanso e divertimento além de atrair e relaxar os jogadores.

Cada jogo possui suas regras (acerca do que se pode ou não fazer) que devem ser respeitadas e são mantidas pelo desejo de jogar, isto é, pela vontade de respeitar:

Jogo significa, portanto, a liberdade que deve permanecer no seio do próprio rigor, para que este adquira ou conserve sua eficácia. Aliás, todo mecanismo pode ser considerado como uma espécie de jogo em um outro sentido da palavra que o dicionário delimita da seguinte maneira: 'ação regular e combinada das diversas partes de uma máquina'. Uma máquina, com efeito, é um quebra-cabeça de peças concebidas para se adaptarem umas às outras e para funcionar em harmonia. Mas, no interior desse jogo, absolutamente exato, intervém, dando-lhes vida, um jogo de outra espécie. O primeiro é combinação rigorosa e relojoaria perfeita; o segundo, elasticidade e margem de movimento. (CAILLOIS, 1990, p. 15).

O termo **jogo** combina então as ideias de limites, de liberdade e invenção. Em um registro próximo, expressa notável mistura em que se leem conjuntamente as ideias complementares de sorte e de habilidade, de recursos recebidos do acaso ou do destino e da inteligência mais ou menos viva que os põe em ação e que trata de tirar deles um benefício máximo.

Acerca dos jogos, Ferrara (2013) enfatiza suas forças prodigiosas, as quais incluem "[...] a capacidade dos jogos para simular condições do mundo real; a capacidade dos jogos de acelerar a aprendizagem, a capacidade dos jogos para promover experiências comunitárias entre as pessoas; e a habilidade dos jogos para persuadir."¹ (FERRARA, 2013, p. 293, tradução nossa). Já para Salen e Zimmerman (2004), jogar significa fazer escolhas bem como tomar decisões e proceder com ações.

O contexto dos *games* presencia a evolução de um fenômeno chamado gamificação. Aborda-se o fato de os jogadores serem estimulados a construir uma experiência significativa que ultrapasse as mecânicas básicas oferecidas pelos *games* e serem motivados a desenvolver seus papéis da melhor forma dentro do contexto em que se encontram (FARDO, 2013). O conceito se expande para outras esferas da atividade humana por contar com elementos como narrativa, sistema de *feedback*, recompensas, conflitos, cooperação, competição, objetivos e regras claras, níveis, diversão, interatividade, dentre outros. Desse modo, é utilizado para explicar o interesse em mesclar trabalho e lazer (VESA; HARVIAINEN,

¹ No original: the ability of games to simulate conditions of the real world; the ability of games to accelerate learning; the ability of games to foster communal experiences between people; and the ability of games to persuade.

2018). Torna-se um dispositivo com potencial para alterar os processos de trabalho e o âmbito organizacional.

Antes da proliferação da internet, elementos hoje comuns no mundo virtual já constavam em outras plataformas como, por exemplo, os *videogames* e jogos virtuais. Os avanços da tecnologia fizeram esses jogos ganharem ainda mais força. Para Carvalho e Oliveira (2014), hoje aqueles usuários que possuem acesso à internet têm conhecimento dos jogos *online*, e jogos, sejam eles de qualquer plataforma, têm o poder de despertar nas pessoas a competitividade e a cooperação. Agrupadas, estas duas virtudes ajudam a materializar o processo de comunicação envolvido nos jogos.

Os jogos computacionais da contemporaneidade requerem a mediação de processadores eletrônicos digitais para funcionarem, os quais estão presentes em diversas plataformas: *smartphones*, computadores, consoles, dentre outras (RANHEL, 2009). Pode-se afirmar que, além do fascínio, o avanço tecnológico incentivou a proliferação dos jogos computacionais.

Um dos tipos de *games* originados pelos avanços tecnológicos são os denominados *fantasy games*, os quais utilizam o desempenho de atletas profissionais do esporte como base de pontuação. Eles existem para os mais diferentes esportes e são especialmente populares nos Estados Unidos da América (EUA), onde *fantasy games* de futebol americano e beisebol existem há mais tempo.

A criação dos primeiros *fantasy games* ocorreu nos anos 1950, nos EUA. Porém, de acordo com Cruz Júnior (2014), o primeiro *fantasy game* a ter grande relevância foi criado pelo jornalista norte-americano Daniel Okrent em 1980. *Rotisserie* era o nome do restaurante francês frequentado pelo jornalista e dele surgiu o nome do primeiro jogo da categoria, cujo esporte de referência era o beisebol. Logo que lançado, *Rotisserie League Baseball* era um jogo pouco popular e apenas pessoas mais próximas a Okrent o conheciam. Porém, ao difundir-se entre seus colegas de trabalho que eram colunistas e jornalistas esportivos, o jogo passou a ser discutido em pautas, revistas e noticiários, o que contribuiu para que o *game* fosse popularizado. Contudo, Cruz Júnior (2014) afirma que o *boom* dos *fantasy games* só aconteceu em 1990, período que se relaciona com a ascensão da internet.

Um *fantasy game* é uma atividade artificial, embora baseada em aspectos do esporte real, que coloca jogadores em outra dimensão, que é guiada por regras e que apresenta resultados quantificáveis (SALEN; ZIMMERMAN, 2004). Trata-se de um tipo de jogo eletrônico que consiste, basicamente, em o jogador montar e gerenciar uma equipe esportiva fictícia, porém baseada na realidade. O desempenho dos times fictícios é medido

com base no desempenho dos atletas, da vida real, escolhidos previamente. Ademais, compete-se com outras equipes formadas por outros jogadores.

Um *fantasy game* possibilita aos fãs uma interação especial com determinado esporte e expande sua prática de torcer, ressignificando-a. Apresenta-se com relevância no âmbito da socialização que ocorre quando se joga “[...] com os amigos, família, colegas de trabalho, usuários aleatórios que extrapolam seus vínculos das comunidades reais para a criação de comunidades virtuais, ligas ou sociedades do mundo virtual [...]” (MOTA; COIMBRA; PEIXOTO, 2018, p. 136). Aquilo que é praticamente intangível ao torcedor no âmbito real, como criar e escalar seu próprio time profissional, torna-se possível em cenários que simulam e utilizam dados da realidade.

No Brasil, o segmento com maior adesão no âmbito dos *fantasy games* é o futebol, esporte mais popular do país. Um desses jogos, o Cartola FC, representa o objeto empírico desta pesquisa e encontra-se detalhado na próxima seção.

3 Cartola FC

O Cartola FC foi criado em 2005 pelo canal fechado de televisão SporTV², integrante do grupo Globo, com o objetivo de proporcionar uma experiência de marca para seus consumidores e aproximar os torcedores de seus serviços. Transformou-se num *fantasy game* de relevância mundial (NEVES, 2019) e, em 2019, bateu o recorde de times escalados em uma primeira rodada do Campeonato Brasileiro de Futebol, com 4.954.214 times montados (VIEIRA, 2019).

O Cartola FC é um *fantasy game* em que o usuário deve assumir o papel de presidente de um clube de futebol, tendo como base os jogadores e técnicos reais do Campeonato Brasileiro de Futebol – Série A. As pontuações e resultados do Cartola FC são consequentes de ações dos jogadores de futebol nas partidas reais. Assim, as ações desempenhadas no campo de jogo (gol, assistência, falta, cartão amarelo, cartão vermelho, defesa, dentre outras) resultam em médias que os usuários do *game* desfrutarão ao final de cada confronto, rodada e campeonato.

² SporTV é um canal de televisão por assinatura, criado em 1991 pelo grupo Globo com o nome Top Sport. Em 1994 passou a ser chamado definitivamente de SporTV. Atualmente apresenta programação em três canais, SporTV 1, 2 e 3, com produção de conteúdo totalmente nacional, ao qual se agregam produções internacionais, e com transmissão via televisão e em plataformas *online* (SPORTV, [2019]). Durante competições como as Olimpíadas, costumam-se abrir novos canais, temporariamente, na televisão e na internet (SPORTV, [2019]).

Considera-se que o jogo começa quando o usuário cria um cadastro gratuito no site do *fantasy game*. Ao criar a conta, o jogador/usuário/cartoleiro recebe cem cartoletas — moeda fictícia — para comprar a cada rodada atletas para sua equipe³. A cada rodada do campeonato, os usuários devem escalar onze jogadores e escolher um desses como capitão, bem como escolher um técnico para a equipe. De acordo com o desempenho do atleta no campo de jogo real, ocorre valorização ou desvalorização da equipe escalada pelo cartoleiro (CARTOLA..., 2019).

Ao final de cada rodada, todas as estatísticas individuais dos atletas são contabilizadas, pontuadas e somadas para a pontuação final da equipe escalada. As pontuações possíveis estão listadas no regulamento do Cartola FC e contemplam tanto o setor defensivo quanto ofensivo, como mostra a figura a seguir.

Figura 1 - Scouts Cartola FC 2019

Scouts de ataque		Scouts de defesa	
Gol	8.0 pts	Jogo sem sofrer gols	5.0 pts
Assistência	5.0 pts	Defesa de pênalti	7.0 pts
Finalização na trave	3.0 pts	Defesa difícil *	3.0 pts
Finalização defendida	1.2 pts	Roubada de bola	1.5 pts
Finalização para fora	0.8 pts	Gol contra	-5.0 pts
Falta sofrida	0.5 pts	Cartão vermelho	-5.0 pts
Penalti perdido	-4.0 pts	Cartão amarelo	-2.0 pts
Impedimento	-0.5 pts	Gol sofrido *	-2.0 pts
Passe errado	-0.3 pts	Falta cometida	-0.5 pts
		* scouts exclusivos de goleiro	

Fonte: Cartola FC (2019).

O usuário do *game* pode alterar e escalar sua equipe até duas horas antes da primeira partida de cada rodada, tanto aos sábados como nas quartas-feiras. Logo após, o mercado fecha e é impossível modificar o que foi feito até a rodada do campeonato terminar.

A partir de 2017 disponibilizou-se uma nova maneira de participar do *fantasy game*. Além da versão gratuita, criou-se a versão PRO ao custo de R\$ 39,90. Em 2018, o valor foi mantido para os assinantes e elevado a R\$ 49,90 para novos cartoleiros PRO. O mesmo sistema foi adotado para 2019. A diferença da opção paga para a gratuita é que o usuário PRO obtém mais vantagens na criação das ligas e em sua participação nelas e mais opções na personalização de escudo e uniforme do time virtual e ainda pode receber prêmios que são

³ Chama-se de cartoleiro o usuário e jogador do *fantasy game* Cartola FC.

ofertados na liga PRO para os melhores participantes de cada rodada e do campeonato⁴. As diferenças entre as versões estão na figura a seguir.

Figura 2 - Diferenças entre cartoleiro e cartoleiro PRO

	 CARTOLA FC	 CARTOLA PRO
Prêmios (rodada, mês e ano)	×	✓
Ligas Clássicas	1	7
Ligas Mata-mata	5 apenas participação	7 criação e participação
Desafios	3 cria apenas um	7 criação e participação
Itens Personalizados	×	✓
Comparativo de Parciais	10 times	20 times
Notificações Exclusivas	×	✓
Sorteio de carro 0km (Chevrolet Onix Ativa) 	×	✓
Valor	×	R\$ 49,90 PRO em 2018: R\$ 39,90

Fonte: CARTOLA FC (2019).

Na edição de 2019, o cartoleiro é inscrito automaticamente em cinco ligas: nacional, patrimônio, liga do clube para o qual torce, liga do patrocinador máster e liga do patrocinador da manga da camisa do time virtual. Todas essas ligas são denominadas ligas clássicas. Segundo Cruz Júnior (2014), “Uma das funções principais das ligas é permitir a hierarquização dos desempenhos de cada participante. Constituindo-se como um sistema de ranking, as ligas servem de parâmetro para estabelecer a classificação das equipes [...]” (CRUZ JÚNIOR, 2014, p. 957). O *fantasy game* possibilita ainda a criação de ligas privadas. Muitas dessas ligas privadas incluem apostas entre amigos, que ocorrem sem a mediação da plataforma oficial do *game*. Cada usuário paga uma quantia em dinheiro para participar e,

⁴ A partir de 2018 cada cartoleiro pode escolher um jogador e designá-lo como capitão de sua equipe. Este pode ser alterado a cada rodada e tem sua pontuação computada em dobro, tanto se for positiva quanto se for negativa.

no fim do campeonato ou rodada, os campeões são premiados. Dinamiza-se o *fantasy game* e amplia-se seu nível de seriedade.

Diante disso, pode-se dizer que Cartola FC apresenta a comunhão como uma de suas características. Comunhão é um dos oito tipos de diversão utilizados por Dillon (2018) para explicar o envolvimento emocional dos usuários com o sistema de certo jogo. Cartola FC pode ser pensado como estrutura social, pois jogar entre amigos, frequentemente, é mais atraente do que a prática individual⁵. Ademais, esse *fantasy game* estimula seu usuário a pensar aspectos do jogo de futebol comumente colocados em segundo plano, como esquemas táticos, roubadas de bola e disciplina.

4 Método

O processo analítico da pesquisa está em conformidade com os procedimentos oriundos da análise de conteúdo (BARDIN, 2011). A incumbência inicial da análise de conteúdo é o desvendar crítico a partir de um conjunto de ferramentas em constante desenvolvimento e que pode ser aplicado em múltiplos discursos. A escolha de categorias permite pensar e refletir sobre a realidade ao agrupar determinados elementos que possuem características semelhantes e destacar aqueles que se diferenciam.

A organização das ideias e do conteúdo das mensagens a analisar é colocada em três etapas. A primeira etapa é a pré-análise, fase de organização das ideias, momento em que o pesquisador deve selecionar os conteúdos a serem analisados, tendo em mente os objetivos do trabalho em questão. Dentro deste polo, Bardin (2011) destaca quatro fatores importantes: leitura flutuante; constituição do *corpus*, formulação de hipóteses e objetivos; referenciação dos índices e elaboração dos indicadores. A segunda etapa consiste na exploração do material; trata-se do momento em que os conteúdos brutos recolhidos são codificados. A codificação se resume em recorte do material, contagem, classificação, desconto ou enumeração. A última etapa baseia-se no tratamento dos resultados obtidos e interpretação — os dados brutos são sujeitos a procedimentos interpretativos a fim de se buscar soluções para indagações e objetivos propostos para a pesquisa..

Diante do exposto, o processo analítico ocorre em duas etapas, descritas a seguir.

⁵ As demais características ligadas à diversão em jogos são: sensação, fantasia, narrativa, desafio, descoberta e expressão.

4.1 Primeira etapa de análise

O futebol é apontado como um dos alicerces da indústria cultural e, por isso, não está imune às transformações provocadas pela técnica ocorridas na moderna sociedade (CARLASSARA; PAROLINI; ROCCO JÚNIOR, 2016). As transformações nas transmissões esportivas são contínuas ao longo dos anos. Devido ao avanço da internet e de redes sociais digitais, fatores novos e importantes estão influenciando diretamente na forma de transmitir, comentar e narrar eventos esportivos. A ascensão do Cartola FC resultou na inserção desse *fantasy game* nas transmissões do Campeonato Brasileiro de Futebol da Série A realizadas por canais do grupo Globo, além do surgimento de programas e quadros voltados apenas para sua discussão. Ademais, Cartola FC transformou-se em importante estratégia de promoção do campeonato.

A partir do ano de 2017 as transmissões são afetadas pelo Cartola FC. Narradores e comentaristas falam sobre o *fantasy game* no decorrer dos jogos e, em alguns casos, destacam os principais jogadores e aqueles que foram mais escalados nos times virtuais. Além disso, mencionam pontuações dos atletas em tempo real, provocando uma relação direta das partidas reais com o ambiente virtual.

Além da presença em transmissões, criaram-se perfis oficiais de Cartola FC em redes sociais digitais como Twitter, Facebook e Instagram, com objetivo de discutir as escalações da rodada, acompanhar e divulgar em tempo real as pontuações dos jogadores e possibilitar a interação dos cartoleiros com seus pares e com o próprio *fantasy game*. Diante desta constatação, pretendeu-se, a partir de um estudo exploratório, encontrar possíveis padrões tanto para a presença de Cartola FC em redes sociais digitais quanto para sua aparição em transmissões esportivas. Utiliza-se como exemplo um *tweet* do perfil oficial e a transmissão de quatro jogos do Campeonato Brasileiro de 2018, escolhidos aleatoriamente.

4.2 Segunda etapa de análise

Num segundo momento, realizou-se a aplicação de um questionário com o propósito de compreender possíveis mudanças introduzidas pelo *fantasy game* Cartola FC na forma de torcer para times de futebol no Campeonato Brasileiro. Após apanhar os resultados do questionário, fez-se uma categorização das informações. Duas categorias de análise guiaram esse processo:

- a) a influência da rivalidade na escalação da equipe virtual;

b) o ato de torcer após a utilização do *fantasy game*.

Optou-se por elaborar e disponibilizar um questionário *online* a partir da plataforma Google Formulários. Reconhece-se a orientação de tal procedimento enquanto “[...] gerador de formulários que possibilita a criação de pesquisas, questionários com múltiplas escolhas, alternativas dissertativas, entre outras.” (SOUZA; GOMES, 2016, p. 1239).

O questionário é composto por doze perguntas, todas relacionadas à utilização do *fantasy game*, à maneira de escalar as equipes virtuais e a possíveis influências no modo de torcer. Disponibilizou-se o questionário durante o mês de outubro de 2018 e divulgou-se para jogadores e grupos de jogadores de Cartola FC presentes nas plataformas digitais *online* (Facebook, Twitter e WhatsApp). A escolha do modo de difusão das perguntas se deu pelo maior alcance de entrevistados e de usuários do *fantasy game* que as redes sociais permitem, visto que esse público tem acesso à internet e a redes sociais. Complementarmente, contribuíram para a escolha a facilidade, a agilidade e a rapidez do formulário *online* tanto para as perguntas como para calcular as respostas.

5 Uso de plataformas digitais para a difusão do *game*

Parte do crescimento exponencial da adesão ao Cartola FC pode ser explicada por uma mudança nas estratégias de marketing do jogo. Em 2017, a Rede Globo, único canal de TV aberta com os direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol, passou a citar os jogadores mais escalados a cada partida do campeonato. Seus programas de esporte também contam com quadros especiais dedicados a analisar e debater o *game*. A empresa o divulga por meio de *blogs*, *vlogs* e em suas redes sociais, que utilizam uma linguagem tipicamente associada a páginas de futebol na internet.

O avanço das plataformas digitais potencializou o Cartola FC, gerando mais visibilidade. Inúmeros *blogs* e contas em redes sociais foram criados para abordar o tema e dar dicas para os usuários que participam do *game*⁶. Uma das redes sociais em que mais se notam comentários e instruções sobre o Cartola FC é o Twitter. A rede social tem uma aproximação com as práticas jornalísticas, pois existe a possibilidade de enviar e receber

⁶ Há interesse também no desenvolvimento de plataformas e ferramentas computacionais que agrupam dados acerca do desempenho dos jogadores reais e permitem ao jogador do *fantasy game* trabalhar com simulações, a fim de melhorar seu desempenho, a exemplo do experimento proposto na pesquisa desenvolvida por Mota, Coimbra e Peixoto (2018).

conteúdos em tempo real, através dos dispositivos móveis, configurando algo próximo às práticas de jornalismo em ambientes móveis (SILVA *et al.*, 2014).

O perfil oficial do Cartola FC no Twitter possuía 534.700 seguidores em 21 de outubro de 2020, bem como um total de 20.500 *tweets* produzidos, conforme demonstrado na Figura 3, a seguir:

Figura 3 – Número de seguidores e *tweets* do perfil Cartola FC no Twitter



Fonte: Twitter Cartola FC (2020)

As postagens são feitas diariamente e no decorrer dos jogos que acontecem durante as rodadas do campeonato. Em tempo real são disponibilizadas informações, pontuações e dicas sobre os jogadores. A Figura 4, a seguir, mostra um desses *tweets*:

Figura 4 - Tweet Cartola FC #trarenagre



Fonte: Twitter Cartola FC (2018).

Pode-se notar que o *tweet* informa sobre o jogador que marcou o gol, sobre a quantidade de equipes virtuais em que foi escalado, sobre a pontuação do momento, sobre o jogador que fez a assistência para o gol e sobre o local em que se realizava a partida de futebol. Frequentemente, os *tweets* contêm gírias e apelidos de jogadores, ou seja, a linguagem utilizada é direcionada para o público que acompanha o futebol brasileiro. O número de curtidas e *retweets* registra a quantidade de pessoas que, além de visualizarem a publicação, com ela interagiram. Como o perfil do Cartola FC possui um número expressivo de seguidores (534.700 em outubro de 2020), aquilo que é postado passa para uma grande quantidade de usuários da rede social. No perfil destas mesmas pessoas, os dados são mostrados para aqueles que as seguem, ou seja, acontece uma recirculação da informação.

Há formatação e uso de linguagem padrão para todas partidas que acontecem ao mesmo tempo. Porém, cada jogo é noticiado em *tweets* diferentes, pois no Twitter há um limite de 280 caracteres por postagem, o que faz com que os dados disponibilizados sejam diretos e interativos.⁷ Zago (2008) afirma que essa formatação é rentável para eventos similares a partidas de futebol, em que novos acontecimentos surgem em breve período:

A limitação de tamanho a cada atualização faz com que se tenha que repensar a produção de conteúdos específicos para esse suporte. A limitação de caracteres, associada à disposição em ordem cronológica inversa das atualizações, faz com que a ferramenta se torne interessante de ser empregada para coberturas estilo minuto a minuto de eventos e

⁷ Até o mês de novembro de 2017 o limite de caracteres por postagem no Twitter era de 140.

acontecimentos (no caso, frase a frase), o que inclusive pode se dar a partir de dispositivos móveis. (ZAGO, 2008, p. 255).

Percebe-se que o emprego de *hashtag* é comum nos *tweets*. Seu complemento varia de acordo com cada estádio que sedia a partida que é mencionada. *Hashtag* “[...] é uma ‘etiqueta’, um termo ou conjunto de termos que é marcado com o sinal ‘#’. Ela é buscável e todos os *tweets* que possuem a marcação podem ser recuperados em uma única busca.” (RECUERO; ZAGO; BASTOS, 2014, p. 200). Quando o usuário clica na *hashtag*, ele pode recuperar todas as outras referências que já tenham sido feitas pelo perfil do Cartola FC ao time em questão. Trata-se de uma maneira do perfil de padronizar e guardar suas informações, além de situar o seguidor sobre onde a partida está acontecendo.

Perfis em redes sociais de programas esportivos do Grupo Globo também passaram a divulgar o *fantasy game*. Toma-se como exemplo o perfil do programa Globo Esporte no Instagram. O programa, na televisão, tem caráter de noticiário esportivo. Já em sua página na internet e em seu perfil na rede social, disponibiliza informações sobre o campeonato, vídeos de jogadores e acontecimentos ligados às partidas de futebol, entre os quais o Cartola FC está inserido.

Na rodada de número seis do Campeonato Brasileiro de 2018, no momento em que a bola rolava para Fluminense e Chapecoense, no perfil oficial do Instagram do Globo Esporte, era possível encontrar informações sobre o jogo. Nas mesmas postagens notaram-se comentários sobre o *fantasy game*. No momento em que o atacante Pedro fez o seu gol para a equipe carioca, o perfil alertava os usuários sobre a importância do jogador nas equipes virtuais, pois ele havia feito o gol, o que gera uma pontuação positiva de oito pontos no *game*.

Figura 5 - Postagem na conta do Instagram do Globo Esporte.



Fonte: Instagram Globoesportecom (2018).

Figura 6 – Comentários em postagem do Instagram do Globo Esporte.



Fonte: Instagram Globoesportecom (2018).

Nota-se que antes da informação sobre o placar da partida e sobre o jogo em andamento, o perfil relaciona o autor do gol do Fluminense, Pedro, com o Cartola FC. Nos comentários da postagem, observa-se que os seguidores da conta respondem e interagem com o perfil também comentando o *fantasy game*.

6 Presença em transmissões esportivas televisivas

Com o objetivo de facilitar a visualização, apresenta-se na sequência uma síntese do estudo exploratório realizado acerca da presença de Cartola FC em transmissões de partidas do Campeonato Brasileiro de 2018 pelos canais de televisão Rede Globo e afiliadas e Premiere.

Quadro 1 - Cartola FC em transmissões esportivas

Rodada	Partida	Canal	Narrador	Menções	Momento do jogo
4 ^a	Flamengo x Internacional	RBS TV – Porto Alegre	Luciano Périco	Informação de que Lucas Paquetá foi o jogador mais escalado pelos usuários do <i>fantasy game</i> . Informa-se a pontuação do jogador naquele momento: 13,40.	Logo após a marcação de um gol.
22 ^a	São Paulo x Fluminense	Rede Globo	Cléber Machado	a) Chamamento dos telespectadores para a opção PRO do <i>fantasy game</i> : “Venha mitar no Cartola PRO e mostrar que você sabe tudo do Brasileirão, concorra a prêmios toda rodada, ganhe sete dias de premiere play e tenha mais ligas. Seja PRO agora mesmo, acesse cartolafc.com.br”. b) Narrador lamenta expulsão do jogador Diego Souza e repórter informa sobre a pontuação negativa (-5 pontos):	a) Antes de terminar o primeiro tempo (aos 44 minutos). b) Após expulsão de um jogador.
27 ^a	Fluminense x Grêmio	Premiere	Luiz Carlos Jr.	Chamamento dos telespectadores para a opção PRO do <i>fantasy game</i> : “Venha mitar no Cartola PRO e mostrar que você sabe tudo do Brasileirão, concorra a prêmios toda rodada, ganhe sete dias de premiere play e tenha mais ligas. Seja PRO agora mesmo, acesse cartolafc.com.br”.	36 minutos do primeiro tempo.
29 ^a	Palmeiras x Grêmio	Rede Globo	Gustavo Villani	a) Chamamento dos telespectadores: “Alô, cartoleiros do Sul, quais foram as suas apostas para essa rodada? Você sabe quais são os jogadores mais escalados dessa partida? [...] Dudu, o mais escalado do Palmeiras”	a) 27 minutos do primeiro tempo. b) 28 minutos do primeiro tempo.

				b) Questionamentos aos cartoleiros: “E você, apostou em quem pro seu cartola? Enquanto a gente revê o lance do Cícero... Geromel para mais de 376 mil apostas”	
--	--	--	--	--	--

Fonte: Elaborado pelos autores.

Alguns aspectos encontrados com o estudo exploratório merecem destaque. A partir da criação da versão paga do *fantasy game*, narradores passaram a divulgá-la e promovê-la durante as transmissões. O narrador é um dos personagens mais relevantes no âmbito da transmissão esportiva televisiva. Sua principal tarefa é vender emoções (SEVENHAGO, 2011). A ação dos narradores de divulgar o Cartola FC no decorrer das transmissões é uma maneira de vendê-lo, juntamente com a emoção no momento do jogo. Constata-se que mencionar a alternativa PRO do *fantasy game* configura-se como um padrão nas transmissões. A opção é apresentada da mesma forma em todas as partidas, por meio de um texto pronto que é lido pelo narrador, com objetivo de incentivar os telespectadores a adquirirem a versão paga.

O anúncio pelos narradores dos atletas mais escalados e das pontuações obtidas durante determinada partida é acompanhado por uma imagem desse atleta no canto da tela da televisão com as respectivas informações. Ademais, narradores e repórteres comentam dados e realizam especulações sobre as pontuações do Cartola FC, estabelecendo uma conexão com torcedores cartoleiros.

Além da presença nas transmissões, foram criados programas e espaços em canais e plataformas *online* do Grupo Globo para debater o *fantasy game*. Dois exemplos são o programa chamado *Cartola FC*, da Rádio Globo do Rio de Janeiro, criado em 6 de maio de 2017, veiculado aos sábados, às 13 horas, com duração de uma hora, e a atração *Especial Cartola: a escalação*, inserida no programa esportivo *Tá na área* do canal SporTV.

7 Percepções da nova audiência

O questionário aplicado obteve um total de 48 respostas. Dentre os respondentes, 31 (65%) declararam jogar Cartola FC e 17 (35%) afirmaram já o terem jogado alguma vez e não o jogarem mais. O Campeonato Brasileiro de Futebol é um evento de longa duração. Geralmente, inicia-se no mês de maio e termina no mês de dezembro, totalizando 38 rodadas. O *fantasy game* Cartola FC segue a mesma dinâmica. Alguns usuários não escalam

suas equipes virtuais em todas as rodadas, já outros deixam de participar ao longo do campeonato ou de uma edição para outra.

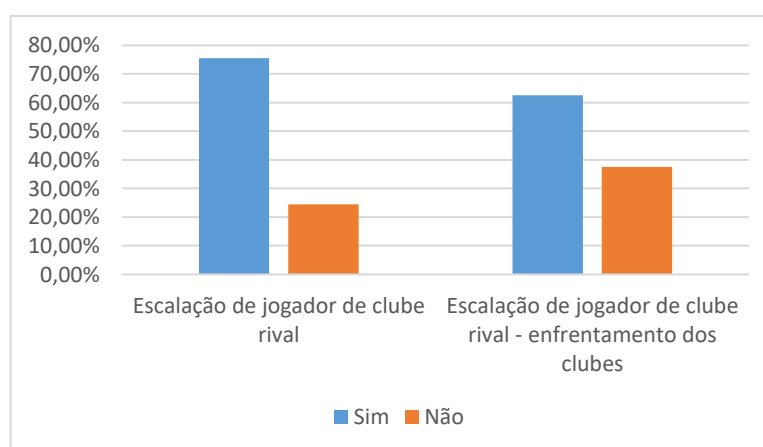
Outro dado inicial importante se refere a por quantos anos os respondentes já estão envolvidos com o *fantasy game*: 32 (67%) afirmaram que o jogavam ou tinham jogado fazia entre dois e cinco anos, 2013-2017; nove (19%) declararam que escalavam suas equipes virtuais desde a criação do *fantasy game*, e a menor parcela, de 7 (12%) entrevistados, começou a utilizar o Cartola FC no ano de 2017. Os demais aspectos trabalhados a partir das respostas orientam-se pelas categorias de análise citadas no item 3.2 e detalhadas a seguir.

7.1 Influência da rivalidade na escalação da equipe virtual

Nesta categoria apresentam-se dados acerca de questões levadas em consideração pelos cartoleiros no momento de selecionar jogadores para suas equipes e de lidar com a escalação de jogadores de clubes rivais do seu time de coração. Considera-se rival o principal adversário da equipe para a qual torce o cartoleiro. Como exemplos de rivalidade, no âmbito brasileiro, tem-se: Grêmio e Internacional, Palmeiras e Corinthians, Cruzeiro e Atlético Mineiro, Flamengo e Fluminense, dentre outras.

O Gráfico 1 apresenta dados relativos à escalação de jogadores pertencentes a clubes rivais independentemente da rodada, bem como à escalação desses jogadores na rodada em que ocorre o enfrentamento com o clube rival.

Gráfico 1 - Escalação de jogadores do clube rival

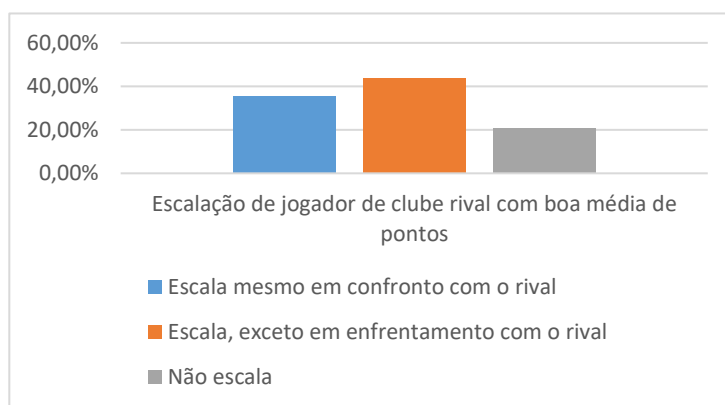


Fonte: Elaborado pelos autores.

Quando questionados sobre os fatores que influenciam na escolha de jogadores para a equipe virtual, 48% dos cartoleiros afirmaram que o principal fator era a média de pontuação; 25% disseram que os clubes dos jogadores tinham maior importância; 23% afirmaram que priorizavam o nível de dificuldade dos confrontos e os locais dos jogos; 4% apresentaram outras respostas.

A partir do questionamento acerca da escalação de um jogador com boa média de pontos pertencente ao clube rival, obtiveram-se os seguintes percentuais, dispostos no Gráfico 2:

Gráfico 2 - Escalação de jogador de clube rival com boa média de pontos



Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme já mencionado, além de 11 jogadores, o cartoleiro precisa escolher um técnico para sua equipe. Na indagação sobre o assunto, 93,9% dos respondentes afirmaram escalar o técnico de acordo com o desempenho de suas equipes reais no campeonato. Apenas 6,1% disseram privilegiar a escalação do técnico do time para o qual torcem.

A presente categoria, que analisa a influência da rivalidade clubística na escalação da equipe virtual, aponta para a prevalência do desempenho sobre a rivalidade no momento de escolher jogadores para serem escalados. A maior parte dos cartoleiros escala jogadores de um clube rival. A parcela que não o faz mesmo que o jogador tenha boa média de pontos, quase 21%, não é desprezível. Trata-se de um percentual de torcedores que pode ser considerado fiel ao time do coração, independentemente do consumo do *fantasy game* e que, inclusive, pode não admitir e não entender a comemoração de um gol da equipe rival em razão do Cartola FC. Mesmo assim, é uma parcela superada por aqueles que dizem escalar jogadores rivais inclusive em enfrentamentos com o clube do coração.

No âmbito da questão, vale mencionar o que diz Giulianotti (2012): “[...] o comprometimento dos torcedores à causa do time não impede o profundo interesse e conhecimento das qualidades e dos valores subculturais de outros clubes e de seus jogadores.” (GIULIANOTTI, 2012, p. 18). Quanto ao Cartola FC, afirma-se que os usuários se interessam em conhecer estatísticas relacionadas a jogadores de vários clubes, inclusive rivais, a ponto de se desprenderem, momentaneamente, de seu reduto clubístico. Estabelece-se uma rede de relacionamento de grande potencial mercadológico que pode gerar ampliação de receitas e conhecimento sobre o torcedor esportivo. O desejo de obter sucesso no *fantasy game* é capaz de superar a preferência por determinado clube.

7.2 Ato de torcer após a utilização do *fantasy game*

A presente categoria de análise busca apresentar indícios da influência de Cartola FC na torcida de usuários para clubes ou atletas. O Gráfico 3 apresenta percentuais relativos ao questionamento que buscou averiguar se a utilização do Cartola FC incentivou a torcer por jogadores de outras equipes.

Gráfico 3 - Torcida para jogadores de outras equipes após o Cartola FC



Fonte: Elaborado pelos autores.

Nota-se que parcela considerável de torcedores admite selecionar, escolher e apoiar jogadores que defendem outras camisas, de outros clubes. Quando se perguntou aos participantes se, em razão do Cartola FC, já tinham torcido para jogadores de clubes rivais, 59% deles responderam que sim, enquanto 41% responderam que não. Quando questionados sobre a possibilidade de a utilização do Cartola FC afetar a forma de torcer

para o clube do coração, 67,3% disseram não haver mudança. Já 32,7% afirmaram que o *fantasy game* os incentivou a torcer ainda mais para seu clube e os levou a desejar que seus jogadores alcançassem bom desempenho no campo de jogo real, para que lhes fossem atribuídas boas pontuações nas equipes virtuais.

Finalizou-se o questionário perguntando-se aos respondentes se o Cartola FC os incentivou a acompanhar mais jogos do Campeonato Brasileiro de Futebol e a buscar informações sobre jogadores e treinadores. 79% afirmaram que, por consequência do Cartola FC, passaram a assistir a mais jogos do campeonato, enquanto 21% declararam que o *fantasy game* não modificou sua forma de acompanhar os jogos.

Conforme Cruz Júnior (2014), “Como o game demanda a contratação de jogadores de diversas equipes, o usuário acaba impelido a extrapolar a relação de torcedor, buscando informações acerca de clubes que não necessariamente são o do ‘seu coração’.” (CRUZ JÚNIOR, 2014, p. 959). Tomar conhecimento dos jogos de outros times permite ao usuário verificar o desempenho de outros atletas ao longo das partidas, bem como aprimorar conhecimento sobre possíveis jogadores disponíveis para compra no ambiente virtual.

Com a possibilidade de receber informações diversas sobre todos os clubes que fazem parte do Campeonato Brasileiro, além de assistir a partidas de vários confrontos, os torcedores acabam conhecendo outros atletas e times. Isso pode resultar em admiração por determinado jogador/clube e, em decorrência disso, aqueles que são usuários do Cartola FC podem materializar essa admiração ao adquiri-los para suas equipes no *fantasy game*.

8 Considerações finais

É notável o avanço das plataformas digitais e sua interferência nas esferas sociais. As redes sociais apresentam potencial para impulsionar e desenvolver diversos assuntos na contemporaneidade. A interatividade avança com a criação constante de novas ferramentas e, tomada como um objetivo, vem transformando as transmissões esportivas tanto no rádio quanto na televisão. Aproveitando esse contexto, o canal SporTV, pertencente ao Grupo Globo, desenvolveu o *fantasy game* Cartola FC. Sua presença nas redes sociais e em transmissões esportivas tem resultado em seu avanço exponencial nos últimos anos. Potencializa-se o compartilhamento de postagens e a conversação entre perfis e com seguidores, além abrirem-se espaços para sugestões, críticas e esclarecimento de dúvidas em tempo real.

Cartola FC surgiu com a pretensão de proporcionar uma experiência de marca para seus consumidores, num mercado até então pouco explorado no âmbito nacional, o mercado dos *fantasy games*. Ao utilizar o futebol, esporte de grande apreço no Brasil, e estar integralmente associado ao Campeonato Brasileiro – Série A, Cartola FC obteve sucesso e transformou-se no principal *fantasy game* do país. Ademais, transformou-se em estratégia de divulgação e promoção da competição e fonte de receita para seus idealizadores. A criação de uma versão paga, a criação de perfis em redes sociais, a veiculação de programas e propaganda em canais abertos e fechados de televisão e a associação com empresas patrocinadoras resultam num amálgama de marcas envolvidas com o Cartola FC, além de todo o investimento pessoal realizado pelos jogadores do *fantasy game*.

Além do aspecto promocional, as menções de narradores ao *fantasy game* ao longo das transmissões pretendem gerar interatividade e proximidade com o telespectador. Quando uma ação positiva ou negativa é praticada pelos jogadores no campo de jogo e essa ação é mencionada pelos narradores junto com seu significado para o Cartola FC, nota-se uma transcendência de sua importância. Quer-se dizer que as atuações daqueles que estão em campo geram resultados para os clubes em si, mas, também, para os treinadores das equipes virtuais.

O *fantasy game* em questão estimula o acompanhamento mais assíduo de jogos e de jogadores de várias equipes por parte dos torcedores. A análise das respostas aos questionários aplicados a cartoleiros confirma essa premissa. A maioria dos respondentes afirmou torcer diferentemente de como costuma torcer por consequência do Cartola FC. Parte dos torcedores acredita que essa atitude não afeta seu sentimento pelo clube do coração (para o qual escolheram torcer e torcem desde a infância). Porém, muitos admitiram que selecionam atletas, inclusive da equipe rival, e que torcem para eles, mesmo que involuntariamente.

Outro dado importante da pesquisa foi que 79% dos respondentes passaram a acompanhar mais jogos do campeonato brasileiro em virtude do Cartola FC, com o objetivo de ampliar conhecimento sobre jogadores e treinadores. Participar do *fantasy game* modifica a maneira como cada indivíduo torce para seu clube, pois o torcer passa a encerrar um objetivo duplo: além de torcer-se para que um atleta tenha boa atuação para ajudar seu clube (real), torce-se para que essa atuação se reverta em pontos positivos para a equipe virtual.

O presente artigo, ao relatar o propósito de compreender as bases sobre as quais o *fantasy game* Cartola FC estabelece sua relação com a audiência, conduziu à compreensão de

que a relação estabelecida com a audiência se torna mais relevante do que propriamente as mudanças na forma de torcer, dado que o Cartola FC fideliza um público com um nível de compreensão superior em favor de uma política desportiva qualificada.

Entende-se que a criação e promoção comercial do *fantasy game* Cartola FC redefine aspectos da cultura futebolística brasileira, a forma de torcer e a forma de compreender o jogo. Cria-se um espaço em que termos como “adversário” e “rivalidade” são relativizados e perdem a conotação de imposição ao outro de qualquer forma. Longe dos riscos supostos pela violência nos estádios, emergem protagonismos entre o atacar e o defender, promovendo uma polissemia desportiva na qual todos podem tudo. Talvez a forma de jogar e de torcer se redefina e, a partir desta compreensão, postula-se que o Cartola FC enquanto *game* ajuda a melhorar a compreensão de jogo nos propósitos de uma cultura de paz.

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

CAILLOIS, R. **Os jogos e os homens: a máscara e a vertigem**. Lisboa: Cotovia, 1990.

CARLASSARA, E. O. C.; PAROLINI, P. L. L.; ROCCO JÚNIOR, A. J. Análise do comportamento do consumidor esportivo em relação à associação, consciência e fidelidade de marca: um estudo de caso da maratona de São Paulo. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 137-147, 2016.

CARTOLA FC. **Cartola PRO 2019 sorteia carro 0KM no fim do ano e aumenta número de ligas**; veja os benefícios: globoesporte.globo.com. 1 abril 2019.

CARTOLA FC. Twitter; @cartolafc, 2020. Acesso em: 21 out. 2020.

CARTOLA FC. [S. l.]: globoesporte.com, 2019. /.

CARTOLA FC. **Em 731.611 times, Everton empata para o @Gremio sobe sua pontuação para 9,50 [...]**. [S. l.], 26 jul. 2018. Twitter: @cartolafc.

CARVALHO, L. R. R.; OLIVEIRA, F. N. Quando o jogo na escola é bem mais que jogo: possibilidades de intervenção pedagógica no jogo de regras Set Game. **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**, Brasília, v. 95, n. 240, p. 431-455, 2014.

CRUZ JÚNIOR, G. Burlando o círculo mágico: o esporte no bojo da gamificação. **Movimento**, Porto Alegre, v. 20, n. 3, p. 941-963, 2014.

DILLON, R. Game design and emotions: analysis models. In: LEE, N. **Encyclopedia of computer graphics and games**. Los Angeles: Springer, 2018.

- FARDO, M. L. A gamificação aplicada em ambientes de aprendizagem. **Renote**, Porto Alegre, v. 11, n. 1, p. 1-9, 2013.
- FERRARA, J. Games for Persuasion: argumentation, procedurality, and the Lie of Gamification. **Games and Culture**, [s. l], v. 8, n. 4, p. 289-304, 2013.
- GIULIANOTTI, R. Fanáticos, seguidores, fas e flaneurs: uma taxonomia de identidades do torcedor no futebol. **Record**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 1-37, 2012.
- GLOBOESPORTECOM. **Pedro está no seu time do Cartola FC?** [S. l.], 2018. Instagram: @globoesportecom.
- MOTA, E.; COIMBRA, D.; PEIXOTO, M. M. P. Cartola FC Data Analysis: uma ferramenta para simulação, análise e visualização de dados para o fantasy game Cartola-FC. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO, 14., 2018, Caxias do Sul. **Anais [...]**. Caxias do Sul: ACM, 2018. p. 136-143.
- NEVES, R. S. **Medium**: Cartola FC bate recordes em 2019. [S. l]: médium.com, 2 set. 2019.
- RANHEL, J. O conceito de jogo e os jogos computacionais. In: SANTAELLA, L.; FEITOZA, M. (org.). **Mapa do jogo**: a diversidade cultural dos games. São Paulo: Cengage Learning, 2009. p. 3-22.
- RECUERO, R.; ZAGO, G.; BASTOS, M. T. O Discurso dos #ProtestosBR: análise de conteúdo do Twitter. **Galaxia**, São Paulo, n. 28, p. 199-216, 2014.
- SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. **Rules of Play**: game design fundamentals. Cambridge: The MIT Press, 2004.
- SEVENHAGO, I. J. S. Futebol na TV: evolução tecnológica e linguagem do espetáculo: Verso e Reverso, São Leopoldo, v.25, n.58, p. 22-31, 2011.
- SILVA, R. N. B. *et al.* Futebol e a construção da imagem de treinadores pela mídia: um estudo a partir das notícias de um site de grande visitação na web. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Porto Alegre, v. 36, n. 3, p. 648-655, 2014.
- SOUZA, V. de; GOMES, N. S. S. O aplicativo “Google Formulário” como ferramenta de avaliação em sala de aula. **Philologus**, Rio de Janeiro, v. 22, p. 1234-1251, 2016.
- SPORTV. **SporTV**: sobre. [S. l.], [2019]. Facebook: @sportv.
- CARTOLA FC. Em 731.611 times... [S. l.], 26 jul. 2018. Twitter: @cartolafc.
- VESA, M.; HARVIAINEN, T. Gamification: concepts, consequences and critiques. **Journal of Management Inquiry**, [s. l.] v. 28, n. 2, p. 128-130, 2018.
- VIEIRA, C. **Cartola FC**: Fred bate recorde de Jô e se torna o jogador mais escalado da história em uma rodada. [S. l.]: torcedores.com, 1 maio 2019.

ZAGO, G. da S. O Twitter como suporte para produção e difusão de conteúdos jornalísticos. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO*, 6., 2008, São Bernardo do Campo. **Anais** [...] São Bernardo do Campo: [s. n.] 2008. p. 1-16.

Financiamento

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Fantasy game and sport culture reconfiguration

Abstract

This article reports results of a study on the transformation of Brazilian sports culture attributed to the creation and commercial promotion of fantasy games in Brazilian association football. It analyzes the relationship between the fantasy game Cartola FC and the way of cheering of its fans in matches of the Brazilian Football Championship (*Campeonato Brasileiro de Futebol*). Content analysis principles are applied to analyze data collected from questionnaires we designed. The fantasy game Cartola FC is thus thought to redefine aspects of Brazilian soccer culture, Brazilian soccer fans' way of rooting for their teams and of viewing the game as a whole. By establishing a differentiated relationship with the audience, it makes fans/users loyal in favor of a qualified sports policy.

Keywords

Fantasy Game. Soccer. Gamification.

Autoria para correspondência

Magnos Cassiano Casagrande
magnoscassiano@yahoo.com.br

Como citar

CASAGRANDE, Magnos Cassiano; LAVARDA, Suélen de Lima; SILVEIRA, Ada Cristina Machado . Fantasy Game e reconfiguração da figura desportiva. **Intexto**, Porto Alegre, n. 52, e-95133, jan./dez. 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583202152.92133>

Recebido em 02/08/2019

Aceito em 16/10/2019

Copyright (c) 2021 Magnos Cassiano Casagrande, Suélen de Lima LavarDA, Ada Cristina Machado Silveira. Creative Commons License. Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.

