

10 ANOS DE

PROPOSCA P

CONSUMO
EXISTÊNCIA
RESISTÊNCIA

X ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES
EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA //

E-BOOK

ISBN: 978-65-990224-3-2

ORGANIZADORES:

CLOTILDE PEREZ /// ENEUS TRINDADE ///

BRUNO POMPEU /// SILVIO SATO ///

PRISCILA REZENDE CARVALHO /// CLÓVIS TEIXEIRA ///

FABIO DEL NERO ///

REALIZAÇÃO

CCA USP
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

ABP2
PUBLICIDADE

PPG
GSP

FAPESP



casasemio

PARCERIA

GOBO

GESC

CMD
Cultura Material & Consumo
Pesquisa e Comunicação

crp

PESQUISA
DE MERCADO
EM COMUNICAÇÕES

egm

Estética e
Design da
Mídia



**X ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES
EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA //////////////**

DE 22 A 24 DE MAIO DE 2019

DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO - ECA-USP

É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte e autoria, proibindo qualquer uso para fins comerciais.

**Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo**

- E56 Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (10.: 2019 : São Paulo)
10 anos de ProPesqPP [recurso eletrônico] : consumo, existência, resistência / organizadores Clotilde Perez ... [et al.] - São Paulo: ECA-USP, 2020.
1752 p.
- Trabalhos apresentados no encontro realizado de 22 a 24 de maio de 2019, Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo, Escola de Comunicações e Artes/USP, São Paulo.
ISBN 978-65-990224-3-2
1. Propaganda – Brasil - Congressos I. Título II. Perez, Clotilde

CDD 21.ed. – 659.10981

Elaborado por: Lilian Viana CRB-8/8308

FUTEBOL E SUPERFICIALIDADES: SAÍRA DO ESPETÁCULO E ENTRA ERA DA DATIFICAÇÃO³⁷¹

Gabriel MONI de Souza³⁷²

Clotilde PEREZ³⁷³

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

Trata-se de uma crítica ao exagero da datificação do futebol, a partir de uma análise do funcionamento do *fantasy game online* Cartola FC, da evolução do futebol enquanto fenômeno comunicacional e cultural, que passa pela expansão desse esporte e da mídia, para salientar o poder das novas plataformas para a consolidação de um modelo orientados ao absolutismo dos dados/estatísticas. Tem como base para criação de uma linha lógica os pensamentos de Vilém Flusser, Hjarvard que podem ser extremamente relevantes para formar uma compreensão da era da datificação no esporte.

PALAVRAS-CHAVE: Cartola FC; Datificação; *Fantasy Game*; Futebol; Indústria Cultural.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca salientar algumas das transições do futebol enquanto produto cultural, analisando a incorporação de algumas tecnologias na compreensão contemporânea deste fenômeno esportivo. De forma mais específica, busca-se relacionar a datificação do esporte em plataformas de *fantasy sport games*, em especial o jogo nacional “Cartola FC” que se baseia nas partidas oficiais de uma das competições brasileiras, a “Série A do Campeonato Brasileiro.

Para dar corpo às reflexões desta produção, que deve agradecimentos ao financiamento CAPES, e que nasceu como uma produção para o Programa de Pós-Graduação da ECA-USP, alguns pensadores como Vilém Flusser, Stig Hjarvard, Guy Debord e Marshall McLuhan são acionados para iluminarem essa “caixinha preta de

³⁷¹ Trabalho apresentado no X Propesq PP – Encontro de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda. I Colóquio Internacional de Pesquisadores em Publicidade. De 22 a 24/05/2019. CRP/ECA/USP.

³⁷² Mestrando do Curso de Comunicação Social da ECA-USP. E-mail: gabrielmoni@usp.br

³⁷³ Professora Livre-docente em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. E-mail: cloperez@terra.com.br

surpresas” que é a tecnologia e o uso de dados associados ao futebol como esporte (breve e necessária contextualização) e como fenômeno contemporâneo na forma do referido *fantasy game*.

Conforme apontado por Galliers et al. (2017), a datificação³⁷⁴ se trata da tomada de decisão baseada em algoritmos, que se proliferou amplamente com o crescimento do acesso à internet e uso de dispositivos móveis. Sendo assim, a datificação englobaria o *Big Data* do futebol, que faz uso do *scout* (que é detalhado nas próximas páginas), e como mostrado na revisão feita por Rein et al. (2016), o esporte passará por uma série de desafios para “superar” o uso desses dados na *praxis* esportiva. Por exemplo, imagine que em uma decisão por pênaltis do futebol, os *scouter*, as emissoras, os treinadores sabem a maior incidência das batidas de cada adversário. Desta maneira, o termo datificação acaba por carregar em si o conceito da desumanização do esporte, cuja centralidade passa a migrar cada vez mais para para o binário, o dado.

A problemática futebolística tem sido subexplorada no campo comunicacional e midiático, baseado no baixo número de pesquisas e trabalho, conforme GASTALDO (2010), que ressalta que o ponto de referência são os países europeus, que têm discutido com afinco sobre o esporte em questão em áreas do conhecimento como na saúde, por exemplo, analisando questões relacionadas aos incrementos no desempenho atlético a partir de exercícios e alimentação e, é claro, na própria comunicação. Vale mencionar que tal empenho europeu deu-se por volta de 1990, como explicado também pelo autor, quando o futebol do Velho Continente enfrentou uma crise.

Embora claramente não seja possível relacionar a busca por compreender o futebol à partir do viés científico, com a *performance* positiva dos países europeus, é necessário mencionar que desde 1990 foram realizadas 8 (oito) Copas³⁷⁵ do Mundo FIFA³⁷⁶, e em 6 (seis) delas países da Europa foram campeões, ou seja, um aproveitamento de 75%. Já no torneio Mundial de Clubes FIFA, cujos campeões considerados pela entidade máxima do futebol, são a partir do ano de 2000, e não incluem os anos de 2001, 2002, 2003 e 2004 na contagem e portanto totalizam 14

³⁷⁴ No original “datification”

³⁷⁵ Campeões: em 1990 e 2014 Alemanha; 1994 e 2002 Brasil; 1998 e 2018 França; 2006 Itália e em 2010 a Espanha.

³⁷⁶ Federação Internacional de Futebol, entidade máxima do futebol.

torneios³⁷⁷ até a publicação deste artigo, tendo como campeões em 10 oportunidades clubes europeus, ou aproximadamente 72% de efetividade. Outro dado é que apenas o Brasil esteve presente nas conquistas que não foram do Velho Mundo, com 2 (duas) Copas do Mundo FIFA e 4 Mundiais de Clubes FIFA.

Discutir as implicações de um futebol datificado, e suas consequentes alterações no fazer e compreender futebolísticos, mostrou-se um grande desafio, uma vez que entregar-se à tecnologia desta datificação é aceitar a perda da essência esportiva, do evento “jogo” enquanto espetáculo e manifestação cultural. Refutar completamente é insanamente tecnofóbico e contrário à lógica da convergência midiática

O QUE É O CARTOLA FC?

Enquadrado na categoria de *fantasy game*, que segundo Lomax (2006) são reproduções, em formato de jogos, dos esportes, times e/ou jogadores em qualquer meio que não seja a realidade, como tabuleiros, cartinhas ou aplicativos/programas. Tal demanda nasceu da procura dos torcedores por consumir conteúdo além do próprio jogo em si, para fortalecer os laços entre fã, o esporte e seus atores. O Cartola FC é um *fantasy game online* (faz uso de uma conexão à internet) pertencente ao grupo de comunicações Globo, e em seu portal se auto define como “jogo onde você pode montar seu próprio time com os jogadores reais da Série A do Campeonato Brasileiro. (CARTOLA FC..., 2018).

O princípio básico do jogo é competir com adversários para ver quem escala o melhor time. O jogador inicia a competição com um determinado número de “Cartoletas”, que são as moedas virtuais do *game*, e pode escolher 11 jogadores e 1 (um) treinador entre todos os times (ver figura 1), ou seja, há a possibilidade de mesclar

³⁷⁷ A FIFA não reconhece os campeões dos demais anos, embora tenham se realizado torneios nos mesmos moldes, por divergências relacionadas à organização do evento, que foi de responsabilidade de terceiros.

Os atletas do jogo têm preços determinados (ver figura 2) a partir dos gols feitos, chutes a gol, roubadas de bola, faltas cometidas ou sofridas, cartões de advertência, passes certos ou errados, entre outras estatísticas. O referencial são as partidas reais que acontecem durante 38 rodadas nas quais todos os times se enfrentam em turno e retorno. Cada um desses itens acrescenta uma pontuação ao atleta, que pode ser tanto (+) positiva quanto (-) negativa, culminando nas respectivas valorizações ou desvalorizações dos mesmos. Ao final da rodada, as estatísticas do “jogo de futebol real” são computadas na “simulação” para classificar os jogadores de acordo com a pontuação obtida, e assim até fim da competição real.

Figura 01: Tela principal



Fonte: Página Oficial Cartola FC

Figura 02: Preços dos atletas

TIME	JOGADOR	STATUS	PREÇO	VAR.(C\$)	ULT.	MÉDIA	JOGOS	CONFRONTO	DADOS GERAIS
FLA	 LUCAS PAQUETA MEIA		C\$ 22.95	+ 1.64	12.60	8.22	14	 X 	COMPRAR
BAH	 ZÉ RAFAEL MEIA		C\$ 20.72	0.00	0.00	7.88	14	 X 	COMPRAR
VAS	 YAGO PIKACHU LATERAL		C\$ 19.21	+ 1.08	14.80	8.69	14	 X 	COMPRAR
INT	 VÍCTOR CUESTA ZAGUEIRO		C\$ 19.06	+ 1.52	12.50	8.16	14	 X 	COMPRAR
INT	 PATRICK MEIA		C\$ 17.36	+ 0.86	5.00	7.73	14	 X 	COMPRAR

Fonte: Página Oficial Cartola FC

LINHA LÓGICA DA EVOLUÇÃO FENOMENOLÓGICA DO FUTEBOL

A origem da expansão do futebol se dá no fim do século XIX e pega carona no desenvolvimento dos veículos de comunicação em massa, especialmente o jornal impresso, e na própria expansão da Inglaterra, que foi a nação considerada a inventora desse esporte. Surge com características de espetacular, ou seja, tal como qualquer esporte, depende da visibilidade para que haja um retorno financeiro, o que transformou esses eventos em grandes atrações midiáticas. Uma peculiaridade relevante é o diálogo com a obra de Debord (1997), já que além da óbvia noção de espetáculo, o esporte tomou força no Brasil quando foi ressignificado pelo proletariado, que devorou o esporte elitista vindo da Inglaterra e devolveu em formas populares e aglutinadas às fábricas³⁷⁸ o futebol.

³⁷⁸ Vários clubes se originaram ao redor das fábricas, principalmente com a participação de imigrantes italianos, como é o caso da Sociedade Esportiva Palmeiras, Sport Clube Corinthians Paulista e Cruzeiro Esporte Clube.

Desta maneira, o esporte passa a identificar grupos e criar identidades sociais como, por exemplo, de diferenciar os adeptos de um e outro time, criando as rivalidades. Torna-se, portanto, um esporte popular com características de espetáculo/entretenimento e alívio das pressões do dia-a-dia. É claro, que com a difusão do esporte as estruturas físicas (campos/estádios) passaram a não ser suficientes para comportar todos os espectadores.

Aliado a popularização do futebol houve o surgimento da TV. Desse modo, temos aqui uma oportunidade midiática, porque há a necessidade de exposição dos campeonatos e a infraestrutura técnica comunicacional para viabilizar tal processo, que a partir de então se desprende das amarras do tempo e do espaço, aumentando o alcance da visibilidade dos jogos, passando assim a alterar uma lógica social e todas as suas adjacências, tal como Hjarvard (2012) nos diz em seus conceitos de Midiatização, da modificação a longo prazo que a mídia gera na cultura e na sociedade. A atual sociedade está incorporada pela mídia de tal maneira que ela já não é algo desmembrado das instituições culturais e sociais nestas circunstâncias é necessário tentar entender os meios pelos quais as instituições sociais e os processos culturais mudaram de caráter, função e estrutura em resposta à universalidade da mídia:

“O desenvolvimento subsequente de outros meios de comunicação, como rádio, televisão e internet, acentuou ainda mais esse processo de modernização. A comunicação, uma vez vinculada à reunião física de indivíduos, face a face, foi sucedida pela comunicação mediada, onde a relação entre emissor e receptor é alterada em aspectos decisivos. No caso da comunicação de massa, os emissores geralmente mantêm o controle sobre o conteúdo da mensagem, mas têm muito pouca influência sobre como o receptor faz uso dela; no caso dos meios de comunicação interativos, tanto o emissor quanto o receptor podem influenciar o conteúdo da comunicação, mas ainda assim, a situação não é exatamente como aquela da comunicação física.” (HJARVARD, 2012, p.59)

A midiatização do futebol é subsequente a uma realidade em que se forma uma busca efetiva para essa próspera indústria: o estádio do clube e a comunidade não bastam mais, sendo necessário agrupar fãs e consumidores para além dos limites, como um fenômeno popular. Em sua origem, o esporte já se estabelecia como elemento

cultural e já trazia demandas midiáticas, como a cobertura jornalísticas de eventos e da arrecadação de informações das partidas, atraindo uma enorme oportunidade de anunciantes dispostos a interagir e atingir o público crescente de consumidores.

Os jogos são artes populares, relações coletivas e sócias às principais tendências e ações de qualquer cultura. Como as instituições, os jogos são extensões do homem social e do corpo político, como as tecnologias são extensões do organismo animal. (...) Como extensões da resposta popular às tensões do trabalho, os jogos são modelos fiéis de uma cultura. Incorporam tanto a ação como a reação de populações inteiras numa única imagem dinâmica. (MCLUHAN, 2000, p. 264)

Embora não aborde diretamente o universo dos esportes, o autor faz uma afirmação sobre jogos (em geral), que corresponde a um cenário comunicacional que se adequa ao presente do futebol brasileiro. Quando era compreendido como manifestação cultural e extensão do homem em resposta às pressões sociais tal como um jogo (MCLUHAN, 2000).

As primeiras mudanças foram, portanto, na forma de apresentação do futebol, que dependia da presença física do espectador e passou a ter o auxílio de equipamentos de síntese e transmissão de imagem, resultando na espetacularização (DEBORD, 1997). Em seguida a mudança passou a ser no conteúdo. Com o estabelecimento da chamada era virtual (LÉVY, 1996), cujo objetivo não é a desrealização e sim a transformação, o futebol passa a ser mais uma das esferas midiaticizadas (HJARVARD, 2012) da sociedade. Como uma das consequências, tal como a fotografia, o esporte perde as suas subjetividades (FLUSSER, 2008) e a obsessão por dados técnicos acaba por ofuscar a essência do objeto/manifestação em si.

Como argumenta Jenkins (2008), “antes do estouro da bolha pontocom” havia um certo receio, tal qual em todas as outras vezes que uma nova plataforma surge, de que se instalaria uma revolução digital capaz de substituir por completo as mídias existentes. Mas não foi o que aconteceu. As redes sociais ampliaram a experiência de torcer, e desvincularam o futebol do que apenas é mostrado pela televisão. O próprio Cartola FC, que “nasceu” na internet passa a trabalhar em conjunto com a televisão e as redes sociais, uma vez que abre-se a possibilidade para divulgar e mostrar parciais das

estatísticas durante a partida, bem como direcionar o usuário do *game* a acompanhar as transmissões nos canais abertos e de *pay-per-view*.

Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas (...) A convergência é, nesse sentido, um conceito antigo assumindo novos significados. (JENKINS, 2008, p. 30)

É possível destacar uma nova transição no futebol, a partir da convergência midiática que é criada quando a experiência transcende o suporte inicial. A dependência inicial do esporte era a presença dos seus apoiadores no local que o jogo estivesse sendo realizado, no exato momento que estivesse acontecendo, o que podemos chamar de período pré-midiatização do futebol, no qual a limitação física das dependências dos estádios restringia de forma drástica o número de espectadores. Em um segundo momento, quando o esporte tornou-se midiatizado, bastava a posse de um aparelho receptor (rádio e televisão) para ser um espectador. No terceiro momento, já com a consolidação da internet é notável a possibilidade transmidiática, que é o desenrolar de algo “através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo contexto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo (JENKINS, 2008).

A exacerbação da busca por dados, fez com que parte do entusiasmo de uma partida de futebol estava no contraponto do “ser visto” (jogador) e “ver” (torcedor) em forma de imagem. De uma maneira bem fria, esse entusiasmo passa a se deslocar para “ser mensurado” (jogador) e ao “ver” (torcedor) em forma de imagens (números e estatísticas). Millington e Millington (2015), na posição de defensores deste recurso de análise e armazenamento de dados, mencionam que essa datificação tomou conta de esportes de alto desempenho, e é cabível de se apoiar a proposição dos autores para que o pensamento do esporte seja articulado como uma rede, que deve se relacionar com outras áreas. Além disso mencionam que a sistematização de algumas técnicas pode prever detalhes do fazer esportivo, por exemplo, o estilo preferido de arremessar em determinadas condições de determinado lançador, mas não falam sobre as implicações se todo mundo aplicar os mesmos processos.

As práticas masculinas (como basquete e *baseball*, por exemplo) foram as primeiras a abraçarem tal “programa” já que essa coleta de dados se mostrou uma forma eficaz de atribuir valor monetário aos jogadores, de acordo com seus respectivos desempenhos, a partir de uma régua cujas medidas são ações relacionadas ao próprio jogo, a citar passes, bloqueios, rebatidas, cestas e etc.

ACRÉSCIMOS

Uma das frases utilizadas na introdução do presente trabalho, faz referência à Flusser (2002) em “Filosofia da Caixa Preta” e ao mesmo tempo à um dos jargões mais saturados pelo uso em transmissões esportivas: “o futebol é uma caixinha de surpresas”. Essa expressão é sempre utilizada com intuito de reforçar o papel de surpreender espectador que o futebol mostrou desde muito tempo. Com esse processo de “datificação das coisas” as subjetividades do fazer esportivo dão lugar a objetividade binária do *bit*. Em outros termos, estamos usando uma régua finita para medir uma linha tênue composta de “pontos quânticos”, cuja essência está nas possibilidades concomitantes de existência/estado. Não é puramente um agrupamento de sins e não.

A datificação, tende a simplificação, por meio da criação de uma “hiper-realidade” na qual o *fantasy game* é mais importante do que a própria realidade que o originou, no caso a partida em si. Há uma perda clara de referencial, já que os números que importavam antes, os que formavam o placar final do jogo, passam a ter um papel secundário, praticamente em um estado de “tanto faz. A primazia está nos números frios e absolutos do jogo e do jogador, que podem não significar nada para o placar da partida, mas são importantes para o *ranking* do Cartola. Esses modelos pré-programados (acertou ou errou um passe) acabam retroagindo e remodelando a realidade.

Durante o processo de pesquisa bibliográfica, o sistema de vigilância panóptico de Foucault (2009), modelo no qual era possível poucos guardas vigiarem muitos prisioneiros, estimulou um *insight* sobre um cenário de “panóptico invertido atemporal”, no qual os atores centrais do nosso objeto, os esportistas, passam a ser monitorados por uma quantidade imperceptível de vigias (imprensa, torcedores, adversários) que têm acesso praticamente ilimitado e em qualquer momento a qualquer

informação desejada, sejam elas imagens de incontáveis câmeras de altíssima resolução, que cobrem praticamente todos os centímetros do estádio, ou imagens na forma de dados absolutos, reduzidos a *bits* e estatísticas. A atemporalidade, é compreendida a partir do pensamento de Flusser (2008) de que as pessoas da “sociedade informática” se ordenam ao redor de imagens, e por meio de diversos aparelhos buscam o arquivamento/ registro de praticamente qualquer informação.

O homem é ente que desde que estendeu a sua mão contra o mundo, procura preservar as informações herdadas e adquiridas, e ainda criar informações novas. Esta é sua resposta à “morte térmica”, ou, mais exatamente, à morte. “Informar!” é a resposta que o homem lança contra a morte. (FLUSSER, 2008, p. 26)

Pretende-se num futuro breve, realizar novos ensaios acerca testa pequena fagulha, ou estimular outros pesquisadores a contribuírem.

Com estes comentários, espera-se destacar a relevância deste trabalho no cenário nacional da comunicação por discutir um tema contemporâneo à sua escrita, que é o uso dos dados e da consequente transformação de uma manifestação social, no caso o futebol. Tal mudança se dá por meio de uma relação de retroalimentação, na qual modelos de obtenção de informações (dados) que se baseiam na realidade passam a remodelar essa própria realidade. Em outras palavras, os dados que se baseavam no “futebol real”, passam, a partir do momento que ganham visibilidade e relevância (tanto em pautas dos meios de comunicação quanto em aplicações) a servir de base para esse mesmo “futebol real”, cuja centralidade nesses dados técnicos e absolutos passa a enturvar a essência da prática esportiva.

Aos trabalhos e futuros que queiram discorrer sobre o futebol, que tem sido a principal pauta da jornada acadêmica do autor, espera-se deixar a possibilidade da análise desta temática a partir de outros prismas não gerenciais, como as subjetividades exploradas neste texto, que acabam por levantar, ainda que de forma não muito profunda, dilemas e outras reflexões aos pesquisadores das convergências midiáticas. Neste ínterim, relacionar os pensamentos Vilém Flusser, Guy Debord e outros autores ao futebol como fenômeno e ao *scout* como ferramenta de aferição ou “transcrição” da

realidade do fazer esportivo, abriu novas janelas de pensamento e reflexão para o autor numa ainda temática pouco desbravada em qualquer que seja a área do conhecimento.

REFERÊNCIAS

CARTOLA FC. **Entenda mais como funciona.** Disponível em: <<https://cartolafc.globo.com/#!/entenda-mais#como-funciona>>. Acesso em: 13 jul. 2018.

COUCHOT, Edmund. Da representação à simulação: evolução das técnicas e das artes da figuração. In: PARENTE, André (Org.). **Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual.** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993. p. 37-48.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FLUSSER, V. **O Universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade.** São Paulo: Annablume. 2008.

FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia.** Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão.** 35. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

GASTALDO, Édison. **Comunicação e esporte: explorando encruzilhadas, saltando cercas.** IN: Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo: Ano 8, Vol 8, N.21 p.39-51. Mar. 2011.

GALLIERS, R.d. et al. Datification and its human, organizational and societal effects: The strategic opportunities and challenges of algorithmic decision-making. **The Journal Of Strategic Information Systems**, [s.l.], v. 26, n. 3, p.185-190, set. 2017. Elsevier BV.

HJARVARD, Stig. **Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural.** IN: Matrizes, vol 5, no. 2, pp. 53-91. Jan/jun. 2012

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph. 2008.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** 10. ed. São Paulo: Cultrix, 2000.

MILLINGTON, Brad; MILLINGTON, Rob. 'The Datafication of Everything': Toward a Sociology of Sport and Big Data. **Sociology Of Sport Journal**, [s.l.], v. 32, n. 2, p.140-160, jun. 2015. Human Kinetics.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?.** São Paulo: Ed. 34, 1996.

LOMAX, Richard. Fantasy sports: History, game types, and In: RANEY, Arthur; BRYANT, Jennings (ed.). **Handbook of Sports and Media.** New York: Routledge, 2006



**X ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES
EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA ///////////
DE 22 A 24 DE MAIO DE 2019**
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO - ECA-USP

REIN, Robert et al. Big data and tactical analysis in elite soccer: future challenges and opportunities for sports science. **Springerplus**, [s.l.], v. 5, n. 1, p.1-13, 24 ago. 2016. Springer Nature.