

“Você é amor ou razão?”: A influência das plataformas digitais na constituição da identidade dos participantes de um fantasy game

FERNANDO RESSETI PINHEIRO MARQUES VIANNA

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ (UTFPR)

RAFAEL ALCADIPANI

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO (FGV-EAESP)

FRANCIS KANASHIRO MENEGHETTI

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ (UTFPR)

“Você é amor ou razão?”: A influência das plataformas digitais na constituição da identidade dos participantes de um *fantasy game*

Introdução

Pesquisas anteriores mostram que as plataformas digitais estão presentes em quase todas as atividades de nossas vidas (Cusumano, 2014), impactando a forma como nos relacionamos (Saraiva, Santos, & Pereira, 2020) e os nossos comportamentos (Vianna, Meneghetti, & Peinado, 2022). Nesse sentido, essas novas tecnologias também estão impactando de forma significativa o processo contínuo de construção de nossas identidades, inclusive com indivíduos se engajando, em alguns casos, com múltiplas identidades nas plataformas (Barros et al., 2023).

Assim, os estudos anteriores sobre o tema analisaram como plataformas digitais servem como espaços para que os indivíduos se expressem, compartilhem experiências e possam ter trocas que influenciam a constituição e reforço de sua identidade (Soini & Eraranta, 2023). Além disso, outros estudos mostraram que os espaços online podem servir como espaços que viabilizam a desidentificação e construção de novas identidades (Barros, 2018). Em alguns casos, o próprio ambiente online é tratado como um ambiente de constituição da identidade, mesmo que fora dele o indivíduo aja de forma discrepante (Bonneau et al., 2023).

Contudo, a lacuna relacionada à compreensão de fenômenos ligados à construção da identidade em ecossistemas de múltiplas plataformas digitais, ainda não foi preenchida. Autores sobre pesquisas em plataformas já evidenciaram que hoje nos encontramos em um contexto no qual contamos com interações e produção de mídias em múltiplas plataformas e entre essas plataformas (Highfield & Leaver, 2016). Além disso, há um consenso de que a plataformização cada vez mais intensa de todos os aspectos de nossas vidas são interessantes para grupos dominantes de organizações (Srniczek, 2017). Apesar disso, ainda existem lacunas a serem preenchidas em relação à análise de como esse contexto multiplataformizado de uma economia de plataformas influencia a construção da identidade dos indivíduos e dos coletivos. Dessa forma, o presente estudo é orientado pela seguinte pergunta de pesquisa: *De que forma as plataformas digitais que fazem parte do ecossistema de um *fantasy game* podem influenciar a construção da identidade dos jogadores?*

Para atingir o objetivo de analisar como as plataformas digitais que fazem parte de um *fantasy game* podem influenciar a construção da identidade dos jogadores, adotamos uma abordagem qualitativa e inspirada na *grounded theory*, como uma lógica de teoria que “emerge dos dados” (Bandeira-de-Mello & Cunha, 2000). Assim, coletamos dados de 18 jogadores por meio de entrevistas semi-estruturadas, coleta de dados na plataforma Cartola FC, coleta de dados em grupos de *Whatsapp* dedicados a ligas e perfis de Instagram dedicados a dicas sobre o *fantasy game*. Após a análise dos dados, verificamos três categorias analíticas relacionadas ao objetivo da pesquisa: *Escalando meu time*, *Torcendo para meus times* e *Resenhas em um futebol online*.

Dessa forma, o presente estudo contribui com a literatura de identidade em ambientes de plataformizados de três formas. Primeiro, mostramos que uma atividade multiplataformizada e que demanda múltiplas interações dos usuários acaba ocupando diferentes aspectos da construção da identidade. Segundo, apresentamos essas múltiplas plataformas como artefatos digitais que engajam o indivíduo na sua identificação como cartoleiro constantemente. E, por fim, evidenciamos que o ambiente multiplataformizado e a identidade vinculada a esses sistemas pode alterar a identidade do torcedor, sobrepondo a identidade do jogador.

Referencial teórico

Identities online e plataformas digitais

As plataformas digitais estão presentes em nossas vidas e em quase todas as nossas experiências cotidianas (Cusumano, 2014). Dessa forma, pesquisadores já sugeriram que a Internet tem o potencial para funcionar como um meio para as pessoas expressarem sua

identidade e sua cultura (Castells, 2004). Assim, estudos recentes passaram a dedicar sua atenção para compreender os impactos de uma sociedade permeada por plataformas virtuais e sua influência no processo de identidade (Barros et al., 2023).

Nesse sentido, primeiramente explicamos que a identificação organizacional está relacionada à forma como as pessoas buscam construir o seu pertencimento às organizações (Brown, 2017). Para isso, as pessoas podem adotar diferentes estratégias, como a utilização de linguagens, ações e performances, objetos e símbolos, entre outras formas (Brown, 2017). Nesse sentido, pesquisadores já observaram, por exemplo, indivíduos que decoram seus escritórios e espaços de trabalho com fotos, imagens ou adereços que indiquem seu sentimento e engajamento junto à empresa (Kunda, 1992).

Assim, apesar de recentes, os estudos que buscam analisar a forma como os indivíduos e os coletivos constroem suas identidades em uma sociedade conectada focaram em aspectos como a desidentificação de profissionais do jornalismo e uma nova possibilidade e autonomia de atuação por meio de blogs influenciou sua identidade (Barros, 2018). Além disso, outros estudos analisaram a forma como blogs e comunidades online servem como espaços para que determinados grupos compartilhem experiências e constituam novas identidades ou mantenham sentidos relacionados à sua identidade (Soini & Eraranta, 2023; Tomo, 2023). Ao mesmo tempo, a presença de diferentes audiências nas plataformas de mídias sociais podem levar os indivíduos a camuflarem suas identidades reais com receio de serem estigmatizadas ou sofrerem retaliações (Lauriano & Coacci, 2023).

Outras pesquisas avançaram suas análises sobre a forma como o espaço virtual serve como o elemento que constitui a identidade dos indivíduos, como no caso de nômades digitais que se constituem como tais dentro desses espaços, mesmo que fora deles suas práticas não acompanhem essa identidade (Bonneau et al., 2023). No Brasil mesmo, pesquisadores analisaram como um empreendedor se torna um ativista político produzindo uma identidade por meio de conteúdo nas redes sociais de acordo com aquilo que deseja que seus seguidores e clientes pensem de si (Barros et al., 2024). Nesse sentido, autores que pesquisam sobre o tema sugerem que os indivíduos muitas vezes se engajam em múltiplas identidades e que podem se misturar e resultar em transtornos, em um fenômeno nomeado como identidade multifrênica (Barros et al., 2023).

Mesmo assim, grande parte dos estudos sobre o tema acabaram por analisar exclusivamente o processo de identidade de grupos e indivíduos analisando apenas uma plataforma digital, não explorando o engajamento dos indivíduos em várias plataformas, assim como suas práticas em combinar e transferir recursos entre elas (Highfield & Leaver, 2016). E a relevância de tal compreensão se deve ao fato de que essas tecnologias que hoje influenciam a constituição individual e coletiva de identidades fazem parte de uma economia de plataforma, definida por nossas escolhas políticas, sociais e de negócios aos quais aderimos (Kenney & Zysman, 2016).

A economia de plataforma e seu potencial reestruturador de comportamentos

Os gestores, empresários e a sociedade em geral devem aprender a viver em um mundo que conta não apenas com a economia tradicional que conhecemos, mas também com uma economia de plataforma (Cusumano, Gawer, & Yoffie, 2019). Essa economia de plataforma envolve “um número crescente de atividades habilitadas digitalmente em negócios, política e interação social”, que são orquestradas por organizações ainda mais poderosas do que as fábricas no início da revolução industrial (Kenney & Zysman, 2016, p. 62). Nesse sentido, as plataformas digitais e as firmas que as controlam estão reorganizando a criação, a captação e a acumulação de valor dos processos, por meio de seus ecossistemas que envolvem outras organizações que desenvolvem seus sistemas e seus usuários que interagem e transacionam (Kenney & Zysman, 2020).

Dessa forma, as plataformas digitais hoje conseguem coletar e acumular dados relacionados a praticamente todas as interações entre indivíduos e organizações, transformando-os em informações para serem negociadas por meio de anúncios direcionados e manipulação de comportamento (Srniczek, 2017; Zuboff, 2019). Contudo, a acumulação de (muita) riqueza por um número extremamente restrito de organizações (Srniczek, 2019) não é a única consequência desse processo. Observamos que muitos comportamentos são afetados dentro dessa nova lógica da economia de plataforma, como pessoas que são levadas a comprar compulsivamente por meio de estímulos em seus *smartphones* apresentados estrategicamente em seu momento de maior vulnerabilidade (O’Neil, 2017).

Além disso, estudos recentes mostraram que diferentes comportamentos são alterados ou reforçados com a adoção de plataformas digitais em contextos variados do nosso cotidiano, como a forma de pessoas se encontrarem para relações mediada por aplicativos que acabam reforçando comportamentos inadequados (Saraiva et al., 2020). Pesquisadores também observaram que o comportamento de crianças que possuem um dispositivo de *smartphone* e acessam determinadas mídias e plataformas pode ser influenciado pelo conteúdo que acessam (Vianna, Meneghetti, & Peinado, 2022). Assim, observamos que esta busca pela acumulação de dados leva a uma presença ubíqua das plataformas em nosso cotidiano, dentro da chamada economia de plataforma.

Contudo, apesar dos muitos esforços em analisar as consequências desse fenômeno em diferentes aspectos de nossas vidas, sua capacidade de influenciar a construção da identidade dos indivíduos e dos coletivos ainda não foi pesquisada. Dessa forma, o presente artigo busca preencher esta lacuna analisando o ecossistema de plataformas que envolve os jogadores de um *fantasy game* brasileiro, e sua influência na construção de suas identidades.

Método

A presente pesquisa buscou analisar de que forma as plataformas digitais que fazem parte do ecossistema de um *fantasy game* podem influenciar a construção da identidade dos jogadores. Para isso, optamos por uma abordagem qualitativa, baseada na interação entre os pesquisadores e o universo de pesquisa como meio de construir argumentos relacionados a um dado fenômeno (Dezin & Lincoln, 2011). Assim, para a operacionalização da pesquisa, buscamos inspiração na *grounded theory*, como uma lógica de teoria que “emerge dos dados”, especialmente pelo fato de os pesquisadores estarem inseridos no campo que estão estudando e observarem, em si próprios, uma mudança no processo e complexidade de experiência dos indivíduos (Bandeira-de-Mello & Cunha, 2000).

Contexto de pesquisa

O Cartola FC é uma plataforma de *fantasy game* criada no ano de 2005 pela empresa Globo e ligada ao *website* Globo.com. A plataforma conta, em 2024, com quase dois milhões de usuários (também chamados pelo apelido de cartoleiros) que escalam times de futebol fictícios, mas utilizando jogadores reais que disputam o Campeonato Brasileiro masculino de futebol. Assim, a cada rodada do campeonato, o usuário tem a possibilidade de escalar um time com onze jogadores e mais cinco reservas, escolhendo os jogadores que estão disputando, efetivamente, o Campeonato Brasileiro real. Na prática, para cada posição do seu time, os usuários podem escolher entre qualquer jogador daquela posição que disputa o campeonato por um dos times da primeira divisão. A escolha também depende do valor dos jogadores estarem dentro do orçamento do usuário dentro do jogo, que se inicia com 100 “cartoletas” (a moeda do jogo), e valoriza ou desvaloriza de acordo com a performance dos jogadores escalados. Essa performance é definida objetivamente, de acordo com acertos ou erros dos jogadores em suas partidas reais, como, por exemplo, no caso de um jogador ser expulso e sua pontuação ser reduzida em oito pontos ou do jogador fazer um gol e sua pontuação aumentar oito pontos.

Para acessar a plataforma, os usuários podem optar por um pacote com um pagamento único anual ou gratuito. A diferença entre os pacotes é o número de ligas que os usuários conseguem jogar ao mesmo tempo com seus times. E essas ligas são criadas pelos usuários na plataforma, que também contabiliza a pontuação dos times dos usuários e os classifica. Além disso, hoje a plataforma também premia com dinheiro os usuários por diversos motivos, como o melhor pontuador da rodada, o time que mais valorizou, entre outros, chegando alguns prêmios a dezenas de milhares de reais. Nesse sentido, hoje a plataforma acaba se assemelhando a uma plataforma de apostas.

Em nossa pesquisa observamos que as comunicações entre os usuários que fazem parte de uma liga na plataforma Cartola FC ocorrem paralelamente por meio da plataforma *Whatsapp* em grupos criados especificamente para isso. Para acessar as ligas e os grupos de *Whatsapp* de uma determinada liga, o indivíduo normalmente paga uma taxa ou um valor por rodada que, ao final da rodada ou do campeonato, é dividido entre os vencedores, em um sistema semelhante ao chamado “bolão”, em que grupos de pessoas amigas e/ou do trabalho faziam suas apostas nos resultados de jogos. Ou seja, o usuário acessa a plataforma Cartola FC que operacionaliza a escalação, a pontuação e o ranqueamento dos cartoleiros, além de acessar o grupo de *Whatsapp* da liga, onde é feita uma gestão paralela com a arrecadação dos valores, pagamento aos ganhadores e comunicação entre os cartoleiros.

Assim, o caso da plataforma Cartola FC se tornou interessante porque há uma forte relação entre as identidades dos indivíduos como torcedores de equipes de futebol reais, usuários da plataforma e torcedores que se relacionam nos grupos de *Whatsapp* dedicados às ligas. Dessa forma, observamos que há um processo de construção e reconstrução da identidade dos cartoleiros que envolve múltiplas plataformas que se acumulam e se misturam, sendo ao mesmo tempo locais de interação (Barros et al., 2023). Assim, a dinâmica dos cartoleiros nas múltiplas plataformas digitais mostra que essas tecnologias ao mesmo tempo são espaço, ferramenta e um estilo de vida (Barros et al., 2023). Elas servem como um espaço separado para uma comunicação, mas essa comunicação depende daquilo que ocorre no *fantasy game*, muitas vezes (re) moldando a identidade desse indivíduo continuamente.

Coleta de dados

Para a coleta de dados, optamos por uma abordagem específica para pesquisas em plataformas digitais e mídias sociais, coletando dados de múltiplas fontes, como entrevistas, observações, entre outras (Quan-Haase & Sloan, 2022). Assim, foram procedidas coletas de dados por meio de entrevistas semi-estruturadas, coleta de dados na plataforma Cartola FC, coleta de dados em grupos de *Whatsapp* dedicados a ligas e perfis de Instagram dedicados a dicas sobre o *fantasy game*.

Com relação às entrevistas, foram conduzidas até o momento 18 entrevistas semi-estruturadas com pessoas que participam do *fantasy* (16 homens e 2 mulheres), com duração entre 20 e 90 minutos. Para recrutar os participantes, o pesquisador convidou pessoas que conhece de seu círculo social e de três grupos que participa como jogador do *fantasy*. Além disso, houve também a indicação de algumas pessoas pelos participantes, quando se tratava de um caso interessante. O pesquisador criou um grupo no *Whatsapp* para fazer anotações e armazenar os *prints* de tela da plataforma (Vianna & Alcadipani, 2023) dos perfis de Instagram, chegando ao número de 692 imagens coletadas. Os perfis seguidos e dos quais foram coletados dados são relacionados ao *fantasy game* (@cartola_dicasfc; @cartola_dicas; @cartolafc). Além disso, foram coletadas 51 páginas de conteúdo postado pelos participantes de três grupos de *Whatsapp* dedicados a três ligas das quais o pesquisador participa. Em todos os casos, os membros dos grupos foram consultados sobre a possibilidade de o pesquisador utilizar os dados de forma sigilosa para a pesquisa, e houve consentimento em todos os grupos, sem manifestação contrária.

Análise de dados

A análise de dados foi inspirada nos procedimentos da *grounded theory* (Charmaz, 2006), com o pesquisador estando inserido no campo de pesquisa, ao passo que seguia os eventos empíricos com a devida flexibilidade (Charmaz, 2020). Assim, as categorias teóricas foram desenvolvidas a partir de codificação e comparação (Charmaz, 2006) junto aos dados provenientes das entrevistas, das anotações de campo e material de mídias sociais. No caso apresentado, nós observamos que os usuários da plataforma de *fantasy game* Cartola FC (cartoleiros) ao mesmo tempo em que têm seus times de coração, também montam times com jogadores de diversas outras equipes da primeira divisão do campeonato brasileiro, inclusive de times adversários ou rivais locais aos seus.

Assim, a codificação focada iniciou com as entrevistas, em que buscamos compreender de que forma os cartoleiros jogam o *fantasy game*, suas estratégias e motivações para participar. Na codificação axial, observamos que havia uma consistência relacionada aos conceitos que observamos na análise de dados (Charmaz, 2006) em relação aos cartoleiros participarem do *fantasy game* para fazerem parte de um grupo, assim como em relação à forma como escolhem os jogadores de suas equipes e torcem durante os jogos. Já na fase de codificação teórica, nós direcionamos a análise para uma direção teórica (Charmaz, 2006), em que nos deparamos com a literatura recente de identidade online (Barros et al., 2023), tendo em observamos os cartoleiros mudando e tensionando seu comportamento entre torcedor e cartoleiro, inclusive sobrepondo interesses de um ou de outro em diferentes momentos. Assim, chegamos a três categorias teóricas que apresentam os espaços de interação entre os cartoleiros, suas práticas de escolha dos jogadores no *fantasy* e a forma como torcem durante a rodada, que nomeamos como: *Escalando meu time*, *Torcendo para meus times* e *Resenhas em um futebol online*.

Apresentação dos resultados

Desde o início da existência do Cartola, a plataforma se mostrou como uma evolução dos antigos (e ainda existentes) jogos de “bolão”. Assim, é possível afirmar que a prática de competir apostando em times de futebol não é nova. Mas o que é novo, é a possibilidade de acessar uma plataforma que permite ao usuários escalar todo um time de acordo com sua vontade e participar de uma liga com seus conhecidos ou apenas para competir. Assim, o usuário atua quase como um técnico ou presidente do time, além de permitir, concomitantemente, a comunicação com os demais participantes daquela liga da qual está participando. E tais possibilidades e interações por meio das tecnologias digitais acabam influenciando nas identidades dos indivíduos.

Escalando meu time

O objetivo da categoria *escalando meu time* é evidenciar as práticas dos cartoleiros ao escalam seus times, buscando diferentes fontes de informação, assim como escolhendo jogadores. Nesse sentido, a escolha dos jogadores, que muitas vezes pode ser influenciada pela opinião dos especialistas no jogo que se encontram nas plataformas digitais, também pode ser influenciada pela paixão do cartoleiro enquanto torcedor de uma determinada equipe ou desgosto em relação a uma equipe adversária.

Fontes de informação. Quando perguntamos aos participantes da pesquisa a forma como buscam informações para escalar seus times, observamos uma divisão bem estabelecida, entre aqueles cartoleiros que buscam informações e aqueles que não buscam. Nesse sentido, os que não buscam foram minoria (apenas quatro participantes), assim como foram aqueles que afirmaram muitas vezes esquecer de escalar. Por outro lado, alguns dos participantes que buscam informações, o fazem com antecedência. Por exemplo, é possível os cartoleiros começarem a analisar os jogadores nos campeonatos estaduais ou em outros campeonatos que ocorrem antes do campeonato Brasileiro e terem aquilo como referência. A cartoleira Andréia afirmou que “*teve um jogo da (taça) Sul-Americana (campeonato entre equipes da América do Sul) e teve um jogador que foi maravilhoso. Eu já pensei: esse daí vale a pena, vou anotar*”

para a primeira rodada”, sugerindo que a atuação do jogador naquele jogo serviu como base para ela escalar o jogador em seu time quando iniciou o campeonato Brasileiro e a disputa no Cartola.

De forma semelhante, a participante Emiliania afirmou que participar do Cartola a faz viver o futebol de outra forma, já que precisa saber *“quem é o técnico do (time) Bahia, quem é o zagueiro do (time) Figueirense já no início do ano”* e explica que *“a preparação começa nos campeonatos estaduais, lá atrás (no início do ano). Tem que ver o jogador que está estourando (indo bem). Eu acompanho a semana toda as informações, e vou montando o time, para fechar meia hora antes de iniciar a rodada e não dar problema.”*

Quanto às fontes de informação, a maioria dos participantes afirmou que busca informação em diferentes fontes, e todas elas *online*. No decorrer do campeonato, os cartoleiros consultam perfis especializados no Instagram e seus grupos de *Whatsapp* pagos, comentaristas dos canais que transmitem os jogos, *websites* de estatística do futebol, além da própria plataforma Cartola FC, que emite notificações no *smartphone* e disponibiliza transmissões ao vivo com comentaristas da emissora proprietária da plataforma e dicas por email a cada rodada. O participante Rodrigo afirmou que acompanha *“no aplicativo mesmo do Cartola, mas normalmente eu já sei, por exemplo, que quando o meu time joga na Libertadores (outra competição) no meio da semana, então na rodada (do campeonato brasileiro) vai escalar (jogadores) reservas”*. A Imagem 1 mostra um tipo de notificação do aplicativo, informando que o Mercado fecha em uma hora, ou seja, dentro de uma hora os jogadores não podem mais escalar ou fazer alterações em suas equipes. Essas notificações costumam chegar diariamente, e o pesquisador fez um levantamento por quatro meses, em que percebeu que um jogador recebe, em média, doze notificações por semana sobre a escalação do time.



Imagem 1 - Notificação Cartola FC

Já os participantes Pedro e Billy afirmaram que recorrem a outras fontes. Pedro busca informações no aplicativo por meio das dicas de um personagem criado pela plataforma, o Gato Mestre, e também *“sigo alguns perfis no Instagram que mostram qual jogador vai dar mais dinheiro (valorizar). Eu sigo uns três perfis (no Instagram). Já segui mais, mas daí fui vendo qual era melhor e hoje sigo só uns três.”* pelo aplicativo do Cartola mesmo, já que ele também emite notificações. Na Imagem 2, mostramos como os perfis de Instagram sugerem as escalações para seus seguidores, mostrando o layout exatamente da forma que o cartoleiro encontra em seu aplicativo.



Imagem 2 - Indicação de escalação por perfil especializado no Instagram

Já Bily afirma que recorre a *websites* especializados em esporte como “o *Globo Esporte*, *Fox Sports* e por aí vai. E também sempre tem umas dicas nos grupos do *Whatsapp* das ligas, os camaradas falando quem joga, quem não joga”. Nesse caso, Billy também considera uma fonte de informação os próprios grupos de *Whatsapp* relacionados à gestão das ligas, mas que funcionam como meio de comunicação entre os cartoleiros.

Por fim, o participante Bob, que é considerado pelos colegas cartoleiros “um cartoleiro profissional”, além de ter suas próprias anotações sobre os jogadores, participa de dois grupos de *Whatsapp* geridos por especialistas em Cartola, que ele começou seguindo no Instagram, e que ofertam dicas “muito mais precisas sobre os jogadores”, segundo o próprio Bob. Segundo o cartoleiro, ele começou a jogar o Cartola

“de forma amadora, só para brincar mesmo, pois tenho meu trabalho em um banco. Mas vi que levava jeito e gosto da brincadeira. E hoje dedico umas horinhas por semana para analisar e montar meu time. E esses grupos de dicas exclusivas que são pagos ajudam bastante com (informações sobre) histórico dos jogadores e desempenho dos times dentro e fora (jogando em seu estádio ou no estádio do adversário) que eu não tenho tempo de ver”.

No caso do Bob, ele já foi campeão de ligas e conseguiu prêmios em dinheiro por isso. Ele afirma que no ano de 2021 recebeu prêmios em três ligas grandes, e que valeram “quase um carro popular em prêmio. Porque foi prêmio de colocação final, mas também ganhei alguns prêmios de melhor desempenho nas rodadas. Então foi uma graninha”. Para participar dessas ligas, alguns participantes investem valores como cinquenta ou cem reais para o campeonato inteiro, enquanto outros, como Bob, chegam a pagar mil reais para participar de uma liga e até cem reais por rodada.

Em resumo, observamos que as cartoleiras e os cartoleiros consultam diferentes fontes de informações, com alguns, inclusive, acessando desde especialistas no Instagram e *website*, passando por grupos de *Whatsapp* pagos vinculados aos perfis de Instagram, até os próprios companheiros de disputa. Além disso, essa consulta pode se iniciar muito antes do campeonato iniciar, e durar o ano inteiro. E a dedicação de tempo e recursos para acessar as fontes de informação pode estar relacionada ao objetivo do cartoleiro, que seria participar ou ganhar prêmios.

Como escalar seu time. A forma como os cartoleiros escalam seus times também diz muito sobre sua relação com o *fantasy*, assim como com seus times de coração e seus times no *fantasy*. Nesse sentido, uma das frases mais ouvidas durante as entrevistas foi relacionada a “escalar com a razão ou com o coração”. Quando analisamos as anotações do pesquisador, ele próprio anotou no início da pesquisa achar “um absurdo alguém escalar o atacante do time que vai jogar contra o seu próprio time. A pessoa vai torcer como daí?”. E ao longo da pesquisa, fomos entendendo que são perfis diferentes que participam do *fantasy*, e que a

postura na escalação pode influenciar a performance. Para se ter uma ideia desse tensionamento, a participante Andréia afirmou que, por um tempo, chegou a ter dois times no Cartola em dois perfis diferentes, porque em um *“eu escalava só jogadores e ex-jogadores queridos do meu time e não escalava jogadores do Inter (time rival ao seu time de coração). Era um time (em que a escalação era) totalmente apaixonal”* e o outro time ela chamava de *“principal”*, em que ela *“levava mais a sério, pois era meu time das ligas que valiam dinheiro, então eu até colocava jogador do Inter. Assim, eu ia atrás do jogador se era bom, não interessava o time”*.

Assim, alguns participantes se posicionam como *“totalmente coração”*, enquanto outros como *“totalmente razão”*. No caso dos cartoleiros que escalam pela razão, as justificativas usualmente passam pela priorização à competição nas ligas. E eles podem não escalar jogadores do próprio time de coração ou escalar jogadores de times adversários ou rivais dos seus times de coração. Por exemplo, o participante Danilo afirma que escala jogadores dos times que jogam contra o seu pois

“meu time só tem pangaré (jogadores ruins) e eu preciso pensar no lado competitivo. Então quando vejo que é (um time vai jogar) contra meu time, eu soco jogador (escalo muitos jogadores) do outro time. Atacante mesmo, escalo todos que vão jogar contra meu time, porque sei que vão pontuar bem. Aquela defesa (do time do coração) é uma mãe (expressão usada para sugerir que os defensores não combatem os atacantes)”.

Nesse sentido, Emiliana afirmou que *“não escalo com o coração. Não pode ter coração no Cartola. Se não você não dura até o primeiro turno”*, enquanto Danilo relatou que *“não me prendo a time de coração, ali (no Cartola) eu tenho que escalar o time que acho que vai render”*.

Já os cartoleiros que escalam com o coração o fazem não escalando jogadores de times que jogarão contra o seu time de coração ou escalando jogadores do seu time de coração mesmo quando esse time não está bem. O participante Lucas, aqui considerado um cartoleiro que escala com o coração, afirma que já escalou jogadores de times que jogariam contra seu time de coração e afirma que

“me arrependi. me arrependi. Graças a Deus em todas as vezes (que escalou jogadores de times que jogaram contra seu time de coração) me arrependi. Eu concluí que nunca vou torcer contra meu time (de coração), nem de brincadeira. E ainda bem que quando eu fiz isso meu time (de coração) não perdeu. Não sei o que faria se perdesse”.

De forma semelhante, Michel afirmou que *“esse ano não estou indo bem porque eu não escalo (jogadores de times que irão atuar) contra o meu time (de coração), e como meu time é o lanterna (último colocado), todo mundo pontua bem contra o meu time”*. Mas Michel também relatou que já escalou contra o seu time, mas se arrependeu: *“fiz isso uma vez, eu estava muito revoltado. Mas assim, dói demais, nunca mais fiz.”*

E ainda há um grupo de participantes que, ao longo dos anos, mudou a postura de coração para razão. Foi o caso do participante Kléber, ao afirmar que *“no primeiro ano (jogando o fantasy) eu era coração, não escalava (contra o seu time de coração) mesmo. Mas a partir do terceiro ano abri mão, foi sem coração mesmo. Eu quero parar de perder, né?”*, e ele explica que a razão da mudança se deve ao seu time de coração *“está sempre mal, caindo para a segunda (divisão) ou brigando para não cair. Então, se eu só escalo jogador do meu time, todos os outros (cartoleiros) vão melhor que eu.”*

Em resumo, observamos que o processo de escolha dos jogadores para o time no *fantasy* envolve um processo que envolve tanto uma manutenção da relação apaixonal com o time de coração, quanto pode levar a uma postura de priorização do *fantasy*, com a escolha de jogadores que atuam contra o time de coração. Nesse sentido, observamos que é possível haver uma mudança da postura do indivíduo ao longo dos anos e de acordo com seus objetivos em relação ao *fantasy* e a situação do time de coração.

A categoria *escalando meu time* mostra que a maioria dos participantes consulta fontes de informação *online* para escalar seu time, e que essas fontes estão presentes em diferentes plataformas e são compostas por diferentes atores. E o acompanhamento de notícias e informações pode durar o ano todo. Além disso, a ação de escalar o time passa por um tensionamento entre o time de coração e o time do *fantasy*, com participantes demonstrando certo sofrimento quando escalam jogadores contra seu time de coração, enquanto outros entendem que essa é uma ação possível para conseguirem competir e ter bons resultados nas ligas.

Torcendo para meu(s) time(s)

O objetivo da categoria *torcendo para meu(s) time(s)* é mostrar como se desenvolve a ação de acompanhar e torcer pelo time pelos cartoleiros, seja pelo time de coração, quanto pelo time do *fantasy*. Pelo fato de o cartoleiro contar, agora, com dois times, o seu de coração e o seu do Cartola, tanto a torcida em si quanto a forma como esse indivíduo acompanha a rodada foram alteradas.

Acompanhando a rodada. A forma como os cartoleiros acompanham a rodada foi bastante alterada se comparada à forma como esses indivíduos torciam quando não jogavam o *fantasy*. Analisando os dados, observamos que há um maior interesse em acompanhar outros times que não são os times de coração e os canais utilizados para isso são diversos. Assim, a busca pelas informações sobre o campeonato leva os cartoleiros a, mesmo quando vão ao estádio, acompanharem seus times no *fantasy*. Roque afirmou que gosta

“muito de ir ao estádio, é uma experiência essencial. Mas claro que acompanho o Cartola né, fico acompanhando o aplicativo. Assim o jogo está rolando (no estádio) e eu estou olhando a parcial (de pontos do time no aplicativo). E às vezes (acompanho o aplicativo) mais que o jogo (no estádio), porque a parcial (de pontos do time no fantasy) me interessava mais”

Nesse sentido, as anotações do pesquisador mostram que quando ele próprio vai ao estádio de futebol, já observou pessoas ao seu lado seguindo o aplicativo do Cartola enquanto estão no estádio. Em uma das anotações relacionadas a um jogo do campeonato Brasileiro do ano de 2022, ele relatou que *“o estádio estava meio vazio, era jogo fácil, estava muito frio e à noite. E quando saiu o gol do jogador, ele comemorou junto com o rapaz que estava ao seu lado, e ele me mostrou o celular com o (aplicativo) Cartola aberto e falou ‘e ainda é meu capitão’”*, ou seja, o rapaz estava acompanhando o jogo no estádio, mas com o aplicativo do *fantasy* aberto para acompanhar seu time no aplicativo. E no jargão dos cartoleiros, o fato do jogador que fez gol ser o capitão do time dele no *fantasy* significa que aquele jogador terá a pontuação dobrada.

Além disso, alguns participantes afirmaram que também acompanham pelos grupos de *Whatsapp* das ligas. O participante Éverton relatou que quando estava no estádio ou em algum outro lugar onde o aplicativo não abria ou queria acompanhar a rodada *“acabava acompanhando pelo Whatsapp mesmo. No grupo (da liga) do pessoal. Funciona quase como um (acompanhamento) minuto a minuto, porque sempre tem um no grupo falando sobre o que está acontecendo em um dos jogos da rodada. Ali mesmo já dá para ficar sabendo de tudo (sobre o campeonato).”*

Em resumo, observamos que os cartoleiros reinventaram a forma de acompanhar os jogos nos estádios, acompanhando ao mesmo tempo vários jogos da rodada pelos seus *smartphones* e em diferentes canais. Essa forma de acompanhar mais jogos é considerada uma forma mais completa de viver o campeonato.

Torcendo para quem?. Quando os cartoleiros estão acompanhando os jogos da rodada, eles estão torcendo ao mesmo tempo por seus times de coração e por seus times no *fantasy*. O participante Guilherme afirmou que

“Eu e minha mãe torcemos para o mesmo time. E hoje em dia, quando estou assistindo jogo com ela e começo a torcer para o atacante do outro time fazer gol, ela fica indignada, já fala para eu sair e ir torcer em outro lugar. Mas explico que quero que (o resultado) seja 4x3 (vitória para o time de coração), com atacante do outro time, que é o atacante no meu time do Cartola, fazendo os três gols”

Nesse sentido, Lucas relatou que já torceu muitas vezes por jogadores dos times rivais do seu time de coração, mas que “nunca torci contra meu time ou pelo time arquirrival, mas torço sim pelo jogador do time deles (rival)”. E Pedro também afirma que sua forma de torcer mudou, já que hoje ele se encontra em situações nas quais “fico torcendo por outros clubes e jogadores que nunca iria torcer na vida. Quando vejo, estou comemorando porque o jogador do Ceará (time de futebol), que eu nunca tinha ouvido falar, fez um gol, e o perfil do Instagram que eu sigo deu a dica para escalar o cara. E eu escalei e pontuei.”

Essa dinâmica dos cartoleiros de torcer e acompanhar jogos foi visivelmente afetada pelo *fantasy*, assim como Guilherme comentou: “Ontem eu e meu filho estávamos assistindo Flamengo e Ceará, e o Flamengo começou a levar gol, daí meu filho disse ‘vamos trocar (o canal) para (o jogo) São Paulo e Santos que lá temos jogador (escalado no time do fantasy)’” e explica que foi melhor porque puderam curtir mais o jogo e comemorar pelos lances dos jogadores. Essa situação foi evidenciada em um dos grupos de uma ligada na qual o pesquisador faz parte, em que o final do campeonato e, conseqüentemente, a final do *fantasy*, levou um dos cartoleiros a assistir múltiplas telas ao mesmo tempo para acompanhar vários jogos em que estavam atuando jogadores de seu time no *fantasy* (Imagem 3). O cartoleiro ainda fez uma brincadeira afirmando que se sentia um porteiro de edifício.



Em resumo, observamos que os cartoleiros ainda torcem para seus times de coração, mas passaram a acompanhar com muito mais atenção e entusiasmo outros times, jogos e jogadores que acabam afetando o desempenho do seu time no *fantasy*.

A categoria *torcendo para meu(s) time(s)* mostrou que os cartoleiros passaram a dividir sua atenção entre o time do coração e o time do *fantasy*, tanto em relação à forma como acompanham as equipes, quanto em relação à atenção que investem. Nesse sentido, mesmo estando em um estádio de futebol, estão conectados em toda a rodada por meio de diferentes mídias, além de muitas vezes se interessarem mais pelo time do *fantasy* do que pelo time do coração.

Resenhas em um futebol online

O objetivo da categoria *resenhas em um futebol online* é mostrar que a interação entre os cartoleiros ocorre nos grupos de *Whatsapp*, que acabam funcionando como o principal espaço de trocas de informação e da chamada zoeira, ou seja, a forma como um torcedor faz brincadeiras sobre a equipe ou o desempenho do outro. Além disso, os próprios participantes passaram a ver a forma de acompanhar o futebol diferentemente daquela forma que viam antes do *fantasy*.

Resenha. Quando perguntados sobre as razões para participarem do *fantasy*, alguns participantes afirmaram que o objetivo “não é ganhar os prêmios que têm. Meu objetivo é mais para me distrair ver quem se deu bem e quem afundou. E é muito legal ficar ali na resenha” (Danilo). A resenha é um termo utilizado entre os jogadores e fãs de futebol para se

referir às conversas no vestiário ou conversas sobre os jogos, trata-se de um tipo de conversa que envolve, também, brincadeiras sobre a atuação ruim dos jogadores ou dos times.

De forma semelhante, Emiliana afirma que hoje o Cartola já faz *“parte da resenha, faz parte do ritual do futebol hoje. Quando você está ali no grupo, você vai zoar o time do outro, e também vai zoar quem teve o capitão expulso (no time do fantasy)”*. Nesse sentido, Pedro comentou sobre uma rodada em que

“a galera toda escalou o jogador Gabriel de capitão. Eu cheguei a escalar, mas daí vi aquele outro jogador, que estava voltando (de lesão) e pensei ‘acho que ele vai melhor’, e não deu outra. O Gabriel foi expulso no primeiro tempo e o meu capitão mitou (fez uma pontuação muito alta). Daí, quando todo mundo (no grupo do Whatsapp) tava chorando por causa do Gabriel, eu só mandei a foto do meu capitão”

Nesse sentido, os grupos acabam contando, ao mesmo tempo, com conversas e brincadeiras sobre o Cartola, mas ao mesmo tempo sobre a atuação dos times dos membros do grupo. Nesse sentido, os grupos acabam utilizando figurinhas (*stickers*) e memes para os cartoleiros poderem brincar uns com os outros. Além disso, alguns grupos utilizam as apostas nas rodadas com valores considerados baixos apenas para brincar uns com os outros, como relatado por Diogo em relação à liga que tem com os colegas do trabalho: *“os caras falam ‘ah, vamos apostar nessa rodada do Cartola, um ou dois reais’ e é só para ter o desafio de um (time) contra o outro, aí já começa a tiração de sarro. Acaba virando o motivo de risada e fuge do trabalho”*. Já Pedro afirma que o Cartola, para ele, *“começou mesmo como uma tiração de sarro, só para participar lá em 2018. Mas daí quando entrei na primeira liga que paguei, daí já achei interessante e me senti motivado pela competição.”*

Em resumo, observamos que o *fantasy* funciona como um espaço para interação e diversão, inclusive com brincadeiras entre os participantes, mas sempre mediada pela plataforma do *fantasy* e pela plataforma de comunicação *Whatsapp*. Além de observarmos que pode haver uma combinação entre a diversão e a disputa para alguns participantes.

Um novo futebol? A adesão dos participantes ao *fantasy* faz com que percebam o futebol de uma forma diferente. Nesse sentido Emiliana afirmou que desde que começou a participar das ligas pelo Cartola passou *“a viver o futebol de uma maneira diferente”*, já que mesmo sendo uma pessoa que acompanhava seu time de coração no estádio, agora *“você (cartoleiro) começa a viver o campeonato inteiro, te dá outro empoderamento em relação ao futebol. É o futebol vivendo sua potencialidade máxima”* já que *“entra também uma coisa estratégica de você entender como faz para ganhar mais ponto, mais dinheiro”*.

Por outro lado, Lucas afirma que o *fantasy* parece que *“fideliza mais quem gosta de futebol. Porque é um empenho né? Ficar vendo e escalando time... a resenha é bacana, mas às vezes tem que parar algo que está fazendo para montar o time, ver Instagram e tal. É empenho”*. E esse empenho também acaba sendo para alguns participantes algo que envolve a família. Pedro afirma que uma de suas motivações acaba sendo *“fazer uma junção familiar. Meu menino gosta de futebol e do Cartola. Então sentamos juntos, ele entra no meu Instagram para ver as dicas. Vai lá e faz o Cartola do avô dele”*. De maneira semelhante, Emiliana falou que sua filha já está fazendo o Cartola também, e ela sempre dá dicas para a filha, mas afirma que a filha *“é muito coração. Quando ela me mostra a escalação dela, já sei que vai dar ruim. Mas pelo menos é um jeito dela viver o futebol de forma diferente. Eu quando era criança, o futebol era só para menino, e ela participa de liga de igual para igual com os colegas”*.

Além disso, observamos que as ligas do *fantasy* são uma forma de grupos se manterem conectados. Por exemplo, Victor afirmou que *“o grupo que participo é lá da minha cidade. Já saí de lá há alguns anos, mas o pessoal da liga e amigo de infância. E é uma forma de estar junto com eles, de conversar e tirar sarro, como quando éramos criança mesmo”*. De forma semelhante, Andreia falou que uma das ligas que participa é da empresa que trabalhou

e saiu há mais de cinco anos, mas ainda “*tenho contato com o pessoal de lá. E eles sabem que sou louca por futebol. E até coloco uns amigos na liga quando vai começar. É uma liga grande, deve ter umas duzentas pessoas hoje.*”

Em resumo, observamos que o *fantasy* acabou reconfigurando a maneira dos participantes encararem o campeonato de futebol, assim como sua participação no campeonato, que usualmente era uma participação como torcedor, e agora envolve uma atividade de ter seu próprio time e disputar ligas com ele. E pela dinâmica das ligas que são operacionalizadas na plataforma Cartola FC, mas também contam com a comunicação pelo *Whatsapp*, isso viabiliza a manutenção de relações por meio de um interesse e objetivo comum.

A categoria *resenhas em um futebol online* evidencia que as plataformas digitais acabaram assumindo um papel significativo na vida dos participantes enquanto torcedores, já que agora se comunicam por plataformas de comunicação para interagir sobre um *fantasy* em outra plataforma. Além disso, essa dinâmica se tornou a forma como pessoas e famílias mantêm suas relações por meio do futebol.

Discussão e conclusão

O presente artigo buscou responder de que forma as plataformas digitais que fazem parte do ecossistema de um *fantasy game* podem influenciar a construção da identidade dos jogadores. Assim, nossas análises evidenciaram práticas relacionadas à forma como a ubiquidade das plataformas digitais vem influenciando e, em alguns casos, alterando a relação entre torcedores de futebol brasileiros com seus times de coração, diante da forte presença, em seu dia a dia, de um ecossistema de plataformas que orbitam o *fantasy*. Dessa forma, nosso artigo apresenta três principais contribuições.

Primeira, nosso artigo apresenta uma contribuição à literatura de economia de plataforma, mostrando que estudos anteriores - focaram no poder de plataformas como big techs (Kenney & Zysman, 2020) e na forma como plataformas podem afetar o comportamento de grupos específicos (Vianna et al., 2022) - não exploraram a forma como múltiplas plataformas digitais que demandam a participação ativa dos indivíduos afetam seus comportamentos. Além disso, os estudos que analisaram o ecossistema de plataformas digitais como um elemento capaz de transformar informações e manipular o comportamento dos indivíduos (Srniczek, 2017; Zuboff, 2019), não avançaram sobre a análise das práticas dos indivíduos em relação a essas plataformas.

Assim, nosso caso mostra que a participação do indivíduo no *fantasy game* não depende exclusivamente de sua adesão à plataforma que operacionaliza o jogo e as ligas, mas acaba envolvendo sua participação em uma série de outras plataformas digitais. Nesse sentido, diferentemente de estudos anteriores que analisaram o comportamento de grupos específicos por meio do comportamento dos membros em uma plataforma digital (Saraiva et al., 2020), nosso estudo mostra que o indivíduo se sente obrigado a participar em diferentes plataformas. Por exemplo, o jogador precisa aderir, pagar e participar da plataforma Cartola FC para estar habilitado, ao mesmo tempo em precisa pagar uma liga e acessar um grupo de *Whatsapp* para participar de ligas com colegas, amigos ou para concorrer a prêmios em dinheiro, além de consultar outras plataformas como Instagram e outros aplicativos para ter informações que auxiliem sua performance no jogo.

Dessa forma, observamos que dentro da economia de plataforma, que busca a acumulação de dados comportamentais para lucrar sobre o direcionamento de anúncios e comportamentos (Zuboff, 2019), atividades como educação e compras já foram analisadas como foco dessas grandes organizações (O’Neil, 2017). Contudo, nosso caso se diferencia por evidenciar que uma atividade comumente relacionada à presença em um local físico ou o acompanhamento de um esporte nas mídias tradicionais, acabou se tornando um importante meio de captação de recursos financeiros e dados para organizações de mídia tradicional, como a rede Globo que é proprietária da plataforma Cartola FC, e organizações como a Meta, proprietária das

plataformas Instagram e Whatsapp, que funcionam como espaços de busca de informação e interação pelos jogadores.

A segunda contribuição está relacionada à pergunta sobre a influência do *fantasy game* e seu ecossistema de plataformas na construção da identidade dos jogadores. Nesse sentido, os estudos sobre o tema sugerem que essa identidade pode ser constituída pelo engajamento que as pessoas transparecem junto a uma organização, por meio de artefatos na decoração do ambiente de trabalho, fotos, entre outros (Kunda, 1992). Além disso, os indivíduos utilizam estratégias como linguagens, performances e ações na construção dessa identidade (Brown, 2017). Nosso caso avança sobre essa construção da identidade ao evidenciar a participação de artefatos digitais sobre esse fenômeno.

Nesse sentido, sugerimos que existe uma *identidade multiplataformizada*, que permeia a construção da identidade do cartoleiro com múltiplas plataformas que desempenham diferentes papéis de forma complementar. Assim, a plataforma Cartola FC em si pode ser apenas um operacionalizador do *fantasy*, mas aquilo que os cartoleiros chamam de resenha, e que trata da comunicação entre torcedores e colegas, também é transferida para dentro da plataforma *Whatsapp* e seus recursos, como memes e *stickers*. Por exemplo, quando um dos integrantes de um grupo envia uma imagem de várias telas sendo assistidas ao mesmo tempo, ele se identifica como um cartoleiro aplicado, que está antenado.

Além disso, os cartoleiros acabam explorando outras plataformas como o Instagram e diferentes perfis que se valem da busca por informações para a melhora de performance, com o objetivo de competirem ou terem vantagem individual e de seu time do *fantasy*. Essa busca não trata da busca por informações sobre o clube de coração e seu desempenho, mas uma busca por informações que viabilizem sua melhor participação nas ligas do *fantasy*. No caso que apresentamos, não observamos o fenômeno de desidentificação como estudos anteriores (Barros, 2018), mas sim um tensionamento entre identidades. Nosso caso mostra que o ecossistema de plataformas e sua ubiquidade muitas vezes mescla a identidade de torcedor e jogador. Isso é observado, por exemplo, quando dentro do estádio de futebol o torcedor comemora o gol do time de coração ao mesmo tempo em que comemora o fato de o autor do gol ser o capitão do time e aumentar a pontuação.

Por fim, contribuimos com a literatura sobre identidade online ao mostrar que o caso dos cartoleiros se difere de estudos anteriores que mostraram espaços online, como fóruns ou blogs, como espaços onde os indivíduos podem expressar aquela determinada identidade (Barros, 2018; Lauriano & Coacci, 2023; Tomo, 2023). No caso dos cartoleiros, esse espaço são os grupos de *whatsapp*, mas que também desempenham outras funções, como o meio de gestão das ligas, além de ser um espaço em que a identidade de cartoleiro e torcedor se misturam, com os participantes em alguns momentos se referindo apenas ao Cartola, e em outros momentos ao campeonato e os times de coração.

Além disso, observamos que a presença das plataformas em nossas experiências cotidianas (Cusumano, 2014) acaba naturalizando o fato de que a manutenção de relações de trabalho e amizades acabem dependendo ou, quando não dependem, migrando para as plataformas. Nesse sentido, os cartoleiros sugeriram que suas relações de amizades mais antigas e de trabalho acabam vinculadas a essa presença massiva em plataformas digitais, já que aqueles espaços são os espaços de troca.

Os estudos anteriores sobre identidade online mostraram que as plataformas podem ser espaços e ferramentas que influenciam a construção da identidade dos indivíduos (Soini & Eraranta, 2023), mas que muitas vezes suas práticas cotidianas não são alinhadas àquele perfil online (Bonneau et al., 2023). No caso dos cartoleiros, observamos que a construção da identidade é envolvida pela presença em, no mínimo, três ou quatro plataformas digitais, utilizando seu time do *fantasy* como justificativa para acessá-las enquanto instrumentos. E, também, suas práticas fora do digital acompanham essa identidade do cartoleiro, quando

assiste a jogos de times que não são o de coração, escalam jogadores contra seus times de coração ou acompanham a rodada comemorando as conquistas financeiras promovidas pelo *fantasy*.

Assim, é possível afirmar que, em muitos momentos, há uma prevalência da identidade do cartoleiro razão sobre o cartoleiro coração. E, nesse caso, é possível direcionarmos a conclusão desse artigo para uma análise de que a presença nas plataformas relacionadas a esse *fantasy* e as práticas demandadas por ele direciona os jogadores para um comportamento que torna uma paixão em uma atividade racional e instrumental. Nesse sentido, vemos comportamentos poucas vezes imaginados no contexto do futebol, que seria o de um torcedor que torce para seu time levar três gols ou que simpatiza e torce pelo atacante do arquirrival. Dessa forma, como estudos futuros, sugerimos o desenvolvimento de pesquisas quantitativas, capazes de verificar possíveis generalizações a respeito dos nossos achados. Como limitação de nosso artigo, acreditamos que o espaço para desenvolvimento do trabalho limitou a inserção de mais imagens e uma figura ilustrando o movimento de razão / coração, que poderia auxiliar no maior detalhamento dos achados do artigo.

Referencial teórico

- Barros, A., Rosenthal, B., Coelho, C., & Leandro, B. (2024). 'Brazil must be a country for entrepreneurs and workers, not scoundrels': Personal branding mechanisms underpinning CEO activism. *Human Relations*, 00187267241229036.
- Barros, M. (2018). Digitally crafting a resistant professional identity: The case of Brazilian 'dirty' bloggers. *Organization*, 25(6), 755-783.
- Brown, A. D. (2017). Identity work and organizational identification. *International journal of management reviews*, 19(3), 296-317.
- Castells, M. (2004). *The network society*. Londres: Edward Elgar.
- Charmaz, K. (2020). "With constructivist grounded theory you can't hide": Social justice research and critical inquiry in the public sphere. *Qualitative inquiry*, 26(2), 165-176.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. London: Sage.
- Cusumano, M. A. (2014). How traditional firms must compete in the sharing economy. *Communications of the ACM*, 58(1), 32-34.
- Cusumano, M. A., Gawer, A., & Yoffie, D. B. (2019). *The business of platforms: Strategy in the age of digital competition, innovation, and power* (Vol. 320). New York: Harper Business.
- Bandeira-de-Mello, R. & Cunha, C. J. C. (2000). Grounded Theory. In da Silva, A. B., Godoi, C. K., & Bandeira-de-Mello, R. (Eds.). *Pesquisa Qualitativa Em Estudos Organizacionais: Paradigmas, Estratégias E Métodos*. São Paulo: Editora Saraiva.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). *The Sage handbook of qualitative research*. London: Sage.
- Highfield, T., & Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication research and practice*, 2(1), 47-62.
- Kenney, M., & Zysman, J. (2020). The platform economy: restructuring the space of capitalist accumulation. *Cambridge journal of regions, economy and society*, 13(1), 55-76.
- Kenney, M., & Zysman, J. (2016). The rise of the platform economy. *Issues in science and technology*, 32(3), 61.
- Kunda, G. (1992). *Engineering culture: Control and commitment in a high-tech corporation*. Temple: Temple University Press.
- Lauriano, L. A., & Coacci, T. (2023). Losing control: The uncertain management of concealable stigmas when work and social media collide. *Academy of Management Journal*, 66(1), 222-247.

- O'neil, C. (2017). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. New York: Crown.
- Quan-Haase, A. & Sloan, L. (2022). *The SAGE handbook of social media research methods*. London: SAGE.
- Saraiva, L. A. S., Santos, L. T. D., & Pereira, J. R. (2020). Heteronormativity, masculinity and prejudice in mobile apps: The case of Grindr in a Brazilian city. *BBR. Brazilian Business Review*, 17(1), 114-131.
- Soini, A., & Eräranta, K. (2023). Collaborative construction of the closet (in and out): The affordance of interactivity and gay and lesbian employees' identity work online. *Organization*, 30(1), 21-41.
- Srnicek, N. (2017). *Platform capitalism*. John Wiley & Sons.
- Tomo, A. (2023). 'Angry accountants': Making sense of professional identity crisis on online communities. *Critical Perspectives on Accounting*, 95, 102483.
- Vianna, F. R. P. M., & Alcadipani, R. (2023). Etnografia organizacional em um mundo permeado pela tecnologia digital. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 22(2), 264-292.
- Vianna, F. R. P. M., Meneghetti, F. K., & Peinado, J. (2022). Capitalismo de vigilância, poder da digitalização e as crianças: uma análise do discurso de pais e tutores. *Cadernos Ebape. Br*, 20, 624-638.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, edn. PublicAffairs, New York.