

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS (UNISINOS)
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
NÍVEL DOUTORADO

BEATRIZ BLANCO

ENTRE MULHERES EMPODERADAS E EMPRESAS PODEROSAS:
Uma análise das práticas profissionais das *streamers*
feministas de videogames no Brasil

São Leopoldo
2025

BEATRIZ BLANCO

**ENTRE MULHERES EMPODERADAS E EMPRESAS PODEROSAS:
Uma análise das práticas profissionais das *streamers*
feministas de videogames no Brasil**

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Ciências da Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

Orientadora: Prof.^a Dra. Adriana da Rosa Amaral

São Leopoldo

2025

B641e

Blanco, Beatriz.

Entre mulheres empoderadas e empresas poderosas :
uma análise das práticas profissionais das streamers
feministas de videogames no Brasil / Beatriz Blanco. – 2025.
258 f. : il. ; 30 cm.

Tese (doutorado) – Universidade do Vale do Rio dos
Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da
Comunicação, 2025.

“Orientadora: Prof.^a Dra. Jiani Adriana Bonin

Coorientadora: Prof.^a Dra. Adriana da Rosa Amaral”.

1. Streamers de games. 2. Feminismo. 3. Ativismo digital.
4. Plataformas. 5. Cultura gamer. I. Título.

CDU 659.3

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Bibliotecária: Amanda Schuster Ditbenner – CRB 10/2517)

BEATRIZ BLANCO

ENTRE MULHERES EMPODERADAS E EMPRESAS PODEROSAS: UMA ANÁLISE DAS PRÁTICAS PROFISSIONAIS DAS STREAMERS FEMINISTAS DE VIDEOGAMES NO BRASIL

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS.

APROVADA EM 16 DE SETEMBRO de 2025.

BANCA EXAMINADORA

**PROF. DRA. SUELY DADALTI FRAGOSO - UFRGS
(PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA)**

**PROF. DR. RAFAEL DO NASCIMENTO GROHMANN
UNIVERSIDADE DE TORONTO
(PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA)**

**PROF. DRA. VANESSA AMALIA DALPIZOL VALIATI - FEEVALE
(PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA)**

**PROF. DR. JOSÉ CARLOS MESSIAS SANTOS FRANCO
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
(PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA)**

**PROF. DRA. ADRIANA DA ROSA AMARAL – COORIENTADORA
(PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA)**

**PROF. DRA. JIANI ADRIANA BONIN – ORIENTADORA
(PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA)**

AGRADECIMENTOS À CAPES

O estágio de doutorado na Universidade de Duisburg-Essen (Alemanha) que integrou esta pesquisa foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Programa CAPES/DAAD – Probral.

AGRADECIMENTOS

A pesquisa científica é um trabalho coletivo, e teria sido impossível finalizar a minha jornada no doutorado sem o apoio de familiares, amigos e outros pesquisadores durante essa trajetória. Concluir esta etapa com o suporte de minha comunidade foi a experiência mais preciosa que tive nestes últimos anos, e eu não conseguiria agradecer o suficiente todas as pessoas que estiveram aqui por mim.

Ao meu pai, Antonio Paschoal Blanco, que sempre esteve presente, que sempre estará presente.

À minha mãe Rose Blanco e meus irmãos Bianca e Gustavo, cujo amor e encorajamento foram essenciais para todas as escolhas que fiz até hoje, inclusive as de pesquisa.

A Rodrigo Sanches, meu marido e meu amor, pelo companheirismo, dicas, motivação, elogios e críticas nos momentos necessários. Obrigada por ter permanecido ao meu lado durante todo esse processo e por nunca ter deixado eu achar que não conseguiria terminar, mesmo quando eu estava especialmente teimosa neste sentido.

Aos professores e funcionários do PPGCC da Unisinos, pelo apoio e conselhos durante o doutorado. Especialmente à coordenadora e orientadora Jiani Adriana Bonin, por possibilitar que eu continuasse com minha pesquisa mesmo em meio aos desafios e crises que enfrentamos no programa.

À professora Adriana Amaral pela confiança e suporte, por acreditar no meu projeto e por abrir portas que me transformaram durante os anos em que desenvolvemos esta tese juntas.

Ao professor Stefan Stieglitz pela acolhida e supervisão durante meu estágio doutoral na Universidade de Duisburg-Essen, e pelas preciosas orientações metodológicas.

Às professoras Issaaf Karhawi e Suely Fragoso pelas importantes contribuições em minha qualificação.

Aos colegas do laboratório CULTPOP, que me mostraram o sentido de coletividade no trabalho de pesquisa e contribuíram muito com o desenvolvimento desta tese.

Às *streamers* entrevistadas nesta pesquisa, que gentilmente dividiram comigo seu tempo, seu entusiasmo e suas histórias.

Às minhas amigas queridas Kelly Nascimento e Gabriela Colicigno, que enfrentaram comigo os reveses do ativismo feminista que inspiraram esta tese, e desde então continuam aqui por mim.

Aos meus amigos Lucas Goulart, Julia Stateri e Aline Job, principalmente por me ouvirem, mas também por contribuírem com referências e conselhos para esta tese.

À minha comunidade de amigos que me apoiaram com sua presença, seu humor e seu carinho em todos os momentos: para minha felicidade, são muitos para serem nomeados.

Aos meus parceiros de podcast no Bonus Stage: Rodrigo Sanches, Allana Dilene, Jean Motta, Otto Giantin, Vini Lima, Wagner Wakka e André Kaoru. Por causa de vocês eu não esqueci que videogames são divertidos, mesmo com todos os problemas.

Aos meus colegas no Centro Universitário Senac, que me ajudaram a conciliar o dia a dia de doutoranda com o de professora e coordenadora de curso. Especialmente a João Terezani pelo ombro amigo de todas as horas, Saulo Machado por ouvir e discutir comigo minha pesquisa durante inúmeros almoços, Letícia Dallegrave e Guilherme Sousa Vieira pela amizade e contribuições teóricas, a todos os professores dos cursos de Tecnologia em Jogos Digitais e Produção Multimídia por segurarem a barra quando eu não daria conta sozinha. Agradeço também a meus gestores neste período, especialmente Luciana Mara e Daniel Garcia Corrêa, pelo suporte institucional e parceria durante esta trajetória.

Por fim, às amigas e amigos da indústria brasileira de jogos digitais: jornalistas, desenvolvedores, professores, pesquisadores e estudantes. Apesar daqueles que se encantam pelas automações e maneirismos tecnológicos, vocês que são a parte boa desse mercado.

Delete Yourself! You got no chance to win! (...)
No chance to win that's what I tell you
But find it out your problem isn't mine
Try to feel something any longer
Ha! We're getting stronger (Atari Teenage Riot, 1995).

RESUMO

Esta tese propõe entender as táticas comunicacionais das *streamers* de games no Brasil que se posicionam como feministas por meio de seus relatos pessoais sobre o tema, considerando como as suas interações com o público, suas condições de trabalho nas plataformas de mídias digitais e sua necessidade de parcerias comerciais impactam seus posicionamentos políticos e estratégias de comunicação. Por meio de uma proposta metodológica que combina entrevistas narrativas (Rosenthal, 2014) e análise de enquadramentos e narrativas (Creed et al., 2002; Webb, Mallon, 2007), contextualizadas em uma perspectiva interseccional (Carrera, 2021; Hill Collins, 2000), foram coletados e analisados os relatos de sete *streamers* de games que se apresentam publicamente como feministas. A categorização resultante desta análise mostra que as práticas comunicacionais destas profissionais são estruturadas por táticas de resiliência e melancolia (James, 2015; McRobbie, 2020), em que as influenciadoras tentam reverter os danos sofridos pelas agressões machistas a que são expostas por meio da visibilidade e da resistência à curadoria algorítmica.

Palavras-chave: *Streamers* de games; feminismo; ativismo digital; plataformas; cultura *gamer*

ABSTRACT

This thesis aims to understand the communication tactics employed by Brazilian gaming *streamers* who openly identify as feminists through their personal narratives, considering their relationships with their audiences and commercial partners within the context of the digital platforms' working environment. Through a methodological approach that combines narrative interviews (Rosenthal, 2014) and narrative and framing analysis (Creed et al., 2002; Webb, Mallon, 2007) in an intersectional perspective (Creed et al., 2002; Webb, Mallon, 2007), seven interviews were conducted with feminist gaming *streamers*. The categories identified in this analysis show that these professionals' communication practices are structured around resilience and melancholy tactics (James, 2015; McRobbie, 2020), since the influencers try to reverse the damage of the exposure to sexist harassment through visibility and resistance to the algorithmic curatorship.

Keywords: gaming *streamers*; feminism; digital activism; platforms; gaming culture.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|-----|
| Figura 1 - Imagem publicitária da Atari em 1979. | 28 |
| Figura 2 - Alinhamento de perfis de acordo com a Pesquisa Identidade <i>Gamer</i> | 44 |
| Figura 3 - Roleta interseccional como proposta metodológica para estudos em Comunicação, conforme proposto por Carrera (2021) | 63 |
| Figura 4 - Estrutura narrativa de acordo com Chatman, traduzida pela autora. | 123 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|------------|
| Tabela 1 - Perfis de <i>gamers</i> brasileiros mapeados na Pesquisa Identidade <i>Gamer</i> (2023), adaptados pela autora..... | 42 |
| Tabela 2 - Categorização de jornalistas de games de acordo com Nieborg e Foxman (2023), traduzida e adaptada pela autora..... | 81 |
| Tabela 3 - Classificação dos tuítes e retuítes da Sakuras Aurora. | 108 |
| Tabela 4 - Etapas de pesquisa e resultados em cada uma delas..... | 111 |
| Tabela 5 - Domínios constituintes da matriz de dominação de acordo com Patricia Hill Collins. Organizado pela autora. | 113 |
| Tabela 6 -Sete princípios de uma abordagem feminista da análise de dados de acordo com a proposta de D'Ignazio e Klein (2020), traduzidos e adaptados pela autora. | 115 |
| Tabela 7 - Etapas da entrevista narrativa de acordo com Gabrielle Rosenthal, adaptadas pela autora..... | 118 |
| Tabela 8 - Possibilidades e limitações da pesquisa social qualitativa interpretativa de acordo com Rosenthal (2014)..... | 120 |
| Tabela 9 - Formas de codificação de acordo com a análise fundamentada (Corbin, Strauss, 2015), adaptadas pela autora..... | 121 |
| Tabela 10 - Etapas da análise estendida de narrativas, de acordo com Webb e Mallon (2007) e traduzidas pela autora..... | 122 |
| Tabela 11 - Convergências temáticas entre categorias narrativas no depoimento de cada streamer..... | 182 |
| Tabela 12 - Distribuição dos enquadramentos relativos a experiências de vulnerabilidade das <i>streamers</i> nos domínios constituintes da matriz de dominação. | 234 |

SUMÁRIO

| | |
|---|-----|
| 1 INTRODUÇÃO | 17 |
| 2 FIGHT LIKE A GIRL: GÊNERO E FEMINISMO NA CULTURA <i>GAMER</i> | 25 |
| 2.1 IDEOLOGIA, MASCULINIDADE E ESCAPISMO NA CULTURA <i>GAMER</i> | 25 |
| 2.2 COISA DE MENINO: A FORMAÇÃO MERCADOLÓGICA DO PÚBLICO-ALVO | 28 |
| 2.3 MOVIMENTOS ATIVISTAS NA CULTURA <i>GAMER</i> | 30 |
| 2.4 TUDO PELA ÉTICA: A INSTRUMENTALIZAÇÃO POLÍTICA DO MACHISMO NA CULTURA <i>GAMER</i> | 40 |
| 3 DA BARBIE AO MORTAL KOMBAT E DE VOLTA A BARBIE: O FEMINISMO POP DOS ANOS 90 AOS ANOS 2020..... | 46 |
| 3.1 DO <i>BACKLASH</i> AO <i>GIRL POWER</i> | 46 |
| 3.2 AS TRANSFORMAÇÕES DO EMPODERAMENTO..... | 50 |
| 3.3 EMPODERAMENTOS DIGITAIS | 54 |
| 3.4 RESILIÊNCIA E SUPERAÇÃO | 57 |
| 4 ÉTICA DE TRABALHO NA CULTURA <i>GAMER</i> E SEUS IMPACTOS NAS TRABALHADORAS MULHERES | 62 |
| 4.1 MASCULINIDADE E AMOR AO TRABALHO | 63 |
| 4.2 O OTIMISMO CRUEL NA INDÚSTRIA DE GAMES | 69 |
| 4.3 IDENTIDADE <i>GAMER</i> E EXCLUSÃO NO MERCADO DE TRABALHO | 71 |
| 4.4 O MERCADO DE TRABALHO EM JOGOS DIGITAIS NO BRASIL | 74 |
| 5 O TRABALHO DE STREAMER | 77 |
| 5.1 <i>STREAMERS</i> COMO INFLUENCIADORAS: AMBIVALÊNCIA ENTRE FÃS E TRABALHADORAS..... | 78 |
| 5.2 VISIBILIDADE E VULNERABILIDADE NAS PLATAFORMAS DIGITAIS | 83 |
| 5.2.1 Plataformas, trabalho e gênero | 85 |
| 5.2.1.1 Sobre a <i>Twitch</i> | 91 |
| 5.2.1.2 Expressando feminilidade e feminismo como streamer de games..... | 94 |
| 5.2.1.3 Vitimização e cyberbullying | 98 |
| 5.3 ÉTICA DE TRABALHO <i>GAMER</i> E <i>STREAMERS</i> FEMINISTAS: O CASO SAKURAS AURORA..... | 106 |
| 6 TENSIONANDO AS REGRAS DO JOGO - UMA PROPOSTA INTERSECCIONAL PARA A ANÁLISE DE RELATOS DE CRIADORAS DE CONTEÚDO FEMINISTAS | 110 |

| | |
|---|-----|
| 6.1 DISCUTINDO POSICIONALIDADE | 112 |
| 6.2 O PROCESSO DE ENTREVISTA..... | 116 |
| 6.3 ANALISANDO AS NARRATIVAS..... | 119 |
| 7 DIVERSIDADES E CONVERGÊNCIAS ENTRE <i>STREAMERS</i> FEMINISTAS <i>GAMERS</i> | 126 |
| 7.1 “ESSE MERCADO ACABOU COMIGO E ACABA COMIGO DE DIVERSAS FORMAS”..... | 126 |
| 7.2 “E EU POSSO ME CONSIDERAR, TALVEZ, UMA SOBREVIVENTE”..... | 130 |
| 7.3 “E AÍ ISSO ME FAZ O QUÊ? JÁ QUE EU NÃO POSSO LUTAR CONTRA?” .. | 135 |
| 7.4 “E ASSIM A GENTE VAI, COMO DIZEM OS DIREITISTAS, DOUTRINANDO A GALERA SEM A GALERA PERCEBER” | 140 |
| 7.5 “EU SEMPRE QUIS CRIAR UM ESPAÇO SAUDÁVEL, UMA... UM REFÚGIO DA COMUNIDADE <i>GAMER</i> COMO ELA É NA INTERNET” | 149 |
| 7.6 “EU TRAGO PRA ESSE MEIO ESSA AUTORIDADE DE EU LER SOBRE CONHECER E PESQUISAR SOBRE” | 155 |
| 7.7 “E EU ACHO QUE PRINCIPALMENTE TRANS, É QUE VOCÊ PRECISA ESTAR NAQUELE LUGAR DA PALHAÇADA” | 161 |
| 8. NARRATIVAS E ENQUADRAMENTOS NOS RELATOS DAS <i>STREAMERS</i> FEMINISTAS..... | 174 |
| 8.1 <i>STREAMERS</i> NA ROLETA INTERSECCIONAL | 174 |
| 8.1.1 Gênero | 174 |
| 8.1.2 Raça | 175 |
| 8.1.3 Peso | 175 |
| 8.1.4 Sexualidade | 175 |
| 8.1.5 Idade | 176 |
| 8.1.6 Geolocalização | 177 |
| 8.1.7 Deficiência | 177 |
| 8.2 AGRUPAMENTOS TEMÁTICOS E ENQUADRAMENTOS | 177 |
| 8.2.1 Inserção..... | 183 |
| 8.2.1.1 Trabalho de fãs | 183 |
| 8.2.1.2 A pandemia de COVID-19..... | 185 |
| 8.2.1.3 Entre o trabalho e o lazer | 186 |
| 8.2.1.4 Sonhos e inspirações | 188 |
| 8.2.2 Mercado de trabalho e carreira | 189 |

| | |
|---|-----|
| 8.2.2.1 Um mercado preconceituoso..... | 189 |
| 8.2.2.2 Solidão | 190 |
| 8.2.3 Autoimagem e pressão estética..... | 191 |
| 8.2.3.1 Inadequação e comparação | 191 |
| 8.2.3.2 A força dos padrões de beleza..... | 193 |
| 8.2.3.3 Objetificação e medo de assédio | 193 |
| 8.2.3.4 Superar o lugar da mulher na cultura <i>gamer</i> | 195 |
| 8.2.4 Trabalho emocional e bem-estar | 196 |
| 8.2.4.1 O papel de amiga | 197 |
| 8.2.4.2 Cansaço e autocuidado..... | 201 |
| 8.2.5 Segurança | 203 |
| 8.2.5.1 Insegurança e descaso nas plataformas..... | 203 |
| 8.2.5.2 Apropriação das dinâmicas de engajamento..... | 205 |
| 8.2.5.3 Distanciamento e restrição da comunidade..... | 208 |
| 8.2.6 Comunicação do feminismo..... | 210 |
| 8.2.6.1 Evitamento de confrontos e didatismo..... | 210 |
| 8.2.7 Plataformas | 216 |
| 8.2.7.1 Reforço do status quo | 216 |
| 8.2.7.2 Ambivalência com as métricas | 220 |
| 8.2.8 Comunidade <i>gamer</i> | 223 |
| 8.2.8.1 Hostilidade às minorias | 223 |
| 8.2.9 Comunidade de fãs | 224 |
| 8.2.9.1 Espaço seguro pela moderação e transparência | 224 |
| 8.2.10 Colegas mulheres | 227 |
| 8.2.10.1 Competitividade..... | 227 |
| 8.2.10.2 Alianças informais | 229 |
| 8.2.10.3 Desmobilização dos coletivos | 230 |
| 8.2.11 Empresas e marcas | 231 |
| 8.2.11.1 Limitação e abandono do marketing de causas | 231 |
| 8.3 EXPERIÊNCIAS DE <i>STREAMERS</i> FEMINISTAS NA MATRIZ DE DOMINAÇÃO | 234 |
| 9. VIDEOGAMES ACABARAM COM A MINHA VIDA, MAS EU TENHO VIDAS EXTRAS: CONCLUSÕES SOBRE RESILIÊNCIA E FEMINISMO <i>GAMER</i> | 236 |
| 9.1 AFFORDANCES DE RESILIÊNCIA | 236 |

| | |
|--|-----|
| 9.2 MÉTRICAS E MELANCOLIA | 239 |
| 9.3 COMUNIDADES DIGITAIS, MODERAÇÃO HUMANA | 240 |
| REFERÊNCIAS | 243 |
| APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO | 256 |
| APÊNDICE B – SOBRE AS TRANSCRIÇÕES DAS ENTREVISTAS | 258 |

1 INTRODUÇÃO

Os videogames¹ são ainda uma mídia incompreendida. Frequentemente retratados pela imprensa como novidade, têm mais de cinco décadas de existência. Seus consumidores, tanto no senso comum quanto na escolha de público-alvo das maiores empresas do segmento, são definidos de forma estereotipada como homens cisgêneros adolescentes ou jovens adultos, mesmo que as pesquisas de mercado mostrem que a média de idade dos jogadores está hoje na faixa dos 30 aos 44 anos e que o público feminino representa uma parcela expressiva de consumidoras, atualmente a maioria de fãs de jogos digitais no Brasil². Existe um contraste significativo entre a construção de uma indústria de massa de videogames centrada nas expressões de masculinidade e na exclusão de sexualidades não normativas (Donovan, 2010; Burrill, 2008; Goulart, Nardi 2017); e por outro lado, as composições e práticas das comunidades de videogames ao longo de toda a sua história, onde movimentos de resistência a uma cultura *gamer* hegemonicamente branca, masculina, cisgênera e heterossexual sempre estiveram presentes (Shaw, Schnorrenberg, Rudolph, 2019; Jenkins, Cassell, 1998; Goulart, q2017).

A consolidação das plataformas digitais de redes sociais como meios de expressão por diversos grupos de fãs – entre eles o público *gamer*³ – especialmente a partir da década de 2010, materializou este conflito em disputas *online* entre adeptos da cultura *gamer* de massa e representantes de minorias, com participação central de mulheres e pessoas LGBTQIAPN+⁴, que lutam para ter sua presença e relevância histórica na mídia reconhecidas pelas grandes empresas do setor. E entre as figuras centrais destas tensões estão as profissionais da indústria de games que se apresentam publicamente como feministas e, como consequência, se colocam em uma posição ainda mais vulnerável em um ambiente de trabalho extremamente excludente.

¹ Neste trabalho jogos digitais, videogames e games são usados como sinônimos, contemplando tanto jogos em computadores pessoais (PC games) quanto em consoles (Xbox, PlayStation, Nintendo Switch, etc.). Levando em consideração as diferenças demográficas e especificidades no perfil de consumo entre consumidores de jogos de PC e consoles e jogos casuais para celulares, foram considerados apenas o primeiro grupo para esta pesquisa.

² Dados referentes a Pesquisa Game Brasil 2025, disponível em: <https://www.pesquisagamebrasil.com.br/pt/>

³ Como os fãs de videogames se identificam.

⁴ Sigla para pessoas lésbicas, gays, bissexuais, transsexuais, queer, intersexo, assexuais, pansexuais, não-binárias e mais.

Eu sou uma dessas profissionais. Jogo videogames desde criança, incentivada igualmente por meu pai e minha mãe, frequento os eventos da comunidade desde a adolescência e, por volta de 2010, comecei a participar de grupos *online* de discussão com foco em questões feministas na indústria de games. Em 2013 eu passei a escrever sobre jogos digitais e comportamento, inicialmente como um *hobby*, colaborando com o site *Bonus Stage*⁵, um projeto pessoal entre amigos. Meu primeiro texto sobre as dificuldades que mulheres fãs e trabalhadoras da indústria de *games* enfrentam foi publicado no mesmo ano⁶, e teve uma boa repercussão na comunidade. Meu trabalho ganhou visibilidade desde então, e hoje sigo atuando como jornalista e colunista *freelancer* com passagens em veículos como o *The Enemy*⁷, Intel IQ, Tangerina⁸, etc., além de ter voltado meu trabalho de pesquisa e docência para a área de games, dar consultorias ocasionais sobre questões de diversidade para empresas, e coordenar uma graduação tecnológica em desenvolvimento de jogos no Centro Universitário Senac Santo Amaro, em São Paulo.

Em paralelo com a consolidação da minha trajetória profissional, eu acompanhei os conflitos e complexidades dos coletivos de feministas *gamers* que se formaram nas redes sociais especialmente na década de 2010. E assim presenciei também a dissolução de muitos desses grupos nos últimos anos, por causas diversas como a exploração de mulheres ativistas sob a justificativa do “amor à luta” (perpetrada tanto por empresas quanto outras militantes); conflitos pessoais envolvendo a disputa de lideranças; cobrança por padrões estritos de militância “perfeita”; e a desilusão e de muitas veteranas em meio a todos esses desafios.

Minha própria crise pessoal com a comunidade acabou sendo o maior motivador para iniciar esta proposta de tese. Fizemos tudo errado? É possível conciliar os ideais feministas com as particularidades e injustiças da indústria de jogos digitais? Entendo que a melhor forma de responder a essas angústias, que são pessoais, mas também políticas⁹, é por meio da pesquisa. Eu sou um exemplo do percurso não-linear entre trabalho de fã e profissionalização. E expor as histórias

⁵ <https://bonusstage.com.br/>

⁶ <https://bonusstage.com.br/materias/mulheres-e-videogame-uma-luta-por-mais-espaco>

⁷ <https://www.theenemy.com.br/>

⁸ <https://tangerina.uol.com.br/autor/beatriz-blanco/>

⁹ Expressão que se tornou um dos slogans do movimento, a frase “o pessoal é político” foi criada pela ativista feminista de segunda onda Carol Hanisch, em ensaio do mesmo título publicado em 1969.

das produtoras de conteúdo feministas que são o objeto desta pesquisa é também uma forma de documentar as trajetórias de mulheres que encontrei nesses dez anos de atuação na área. Meu trabalho, além de um estudo sobre um fenômeno que considero relevante para entender os entrelaçamentos entre *cyberbullying*, redes sociais, trabalho de influenciadores, cultura *gamer* e cooptação de movimentos ativistas, é concebido como um tributo a essas colegas que ocupam um espaço vanguardista, mas também paradoxal e dolorido, na indústria brasileira de games.

Na última década, a presença das criadoras de conteúdo *gamer* abertamente feministas cresceu e se tornou um nicho de mercado reconhecido e explorado por empresas do setor, e são essas mulheres que busco analisar nesta pesquisa de doutorado. Porém, escolho focar em um segmento ainda mais específico de mulheres *gamers* feministas e criadoras de conteúdo: as *streamers*. Elas são representantes de uma categoria profissional recente e complexa, que surgiu a partir de 2007 com a criação da *Justin.tv*, serviço que em 2011, se tornou a principal plataforma de *streaming* focada em jogos digitais, a *Twitch*¹⁰.

Streaming de games é uma atividade que envolve jogar e simultaneamente transmitir suas reações para uma audiência online, que pode participar da exibição por meio de um chat de texto em tempo real. É uma prática que atravessa diversas instâncias do trabalho cultural na internet: a centralidade das plataformas digitais na distribuição e consumo de conteúdo, a exposição e auto curadoria da imagem pessoal, a dissolução de fronteiras entre espaço doméstico e ambiente de trabalho e, no caso das feministas, o ativismo político mediado por plataformas e cooptado pelo mercado. Além de todos esses fatores, o *streaming* é hoje um ponto de convergência entre diversas carreiras em produção de conteúdo dentro da indústria de jogos digitais: *proplayers*, jornalistas, apresentadoras, *cosplayers*, influenciadoras de estilo de vida etc., todas essas categorias acabaram adotando a prática de jogar ao vivo como estratégia de divulgação do próprio trabalho e de relacionamento com o público. Centrar minha pesquisa nas *streamers* então me permitiu abordar uma ampla diversidade de mulheres trabalhadoras da indústria na atualidade, trazendo para a análise experiências profissionais múltiplas que são essenciais para entender esse mercado.

¹⁰ <https://www.twitch.tv/>

Considerando todos esses aspectos, em adição com as práticas excludentes da cultura *gamer*, as seguintes questões-eixo foram as minhas condutoras neste trabalho: Como essas *streamers* conciliam seu posicionamento como feministas e sua necessidade de patrocinadores que, por vezes, preferem influenciadores digitais mais “neutros”? Como elas enquadram suas visões feministas para um público *gamer*? Como o contexto local e as condições de trabalho influenciam sua expressão do feminismo?

A cultura *gamer* é excludente com mulheres. Este é um fato verificável por meio de ampla documentação, anos de produção teórica e outras evidências empíricas, como os casos recorrentes de agressões misóginas no meio (Goulart, Nardi, 2017; Chess, Shaw, 2015; Quinn 2017). Porém, ao mesmo tempo que o machismo presente nesses espaços é uma realidade material, a afirmação que abre este parágrafo é também uma generalização que pode resultar no apagamento da presença feminista e dos movimentos de resistência na comunidade *gamer*, que também são um fato histórico essencial para o entendimento da trajetória desta mídia (Jenkins, Cassell, 1998; Kafai et al., 2011; Ruberg, Shaw, 2017; Shaw, Schnorrenberg, Rudolph, 2019; Ruberg, 2019a). Outra armadilha presente neste tipo de simplificação é a repetição de certos lugares comuns na pesquisa sobre o tema, que já foram amplamente debatidos e superados ao longo da última década, como o foco nas narrativas de sofrimento e vitimização (Quinn, 2017), ou simplificações em torno da ideia de identificação e representatividade (Shaw, 2014).

As *streamers* feministas atuam em um espaço intermediário e paradoxal da cultura *gamer*. São constantemente expostas aos efeitos do machismo por meio de agressões, microagressões, *cyberbullying*, *gatekeeping*¹¹, e precariedade trabalhista. Ao mesmo tempo, elas também são frutos e evidências da resistência feminista nesses espaços, tensionando com suas presenças a narrativa generalizante de supremacia masculina da cultura *gamer*. O recente reconhecimento dessas mulheres por parte das empresas de jogos digitais mostra que existe potencial comercial tanto no seu ativismo quanto na sua vitimização, e que mercado está pronto a explorar ambos os aspectos em um movimento que complexifica a identificação de públicos de minorias com produtores de conteúdo não só como uma

¹¹ Definição abrangente que envolve práticas de cerceamento nas quais o objetivo é negar ou dificultar o acesso a determinados espaços para indivíduos considerados inapropriados ou insuficientes. Por exemplo, impedir mulheres de participarem de comunidades *gamers* alegando que elas não são parte da cultura de jogos digitais.

questão individual com potencial de transformação social, mas também como um nicho mercadológico. Permeando todos esses fatores, existe a presença das plataformas digitais de redes sociais usadas para produção e circulação de conteúdo, que trazem novas configurações na intersecção entre trabalho de fãs e de influenciadores digitais.

O problema central de minha pesquisa é como essas complexidades são materializadas nas experiências e nos discursos das *streamers* feministas de games. Para estruturá-la, considere as seguintes perguntas:

Quais são as principais táticas comunicacionais, envolvendo aqui aspectos como narrativas e enquadramentos, no discurso feminista das streamers brasileiras de games?

Como essas táticas são impactadas e moldadas pela convergência entre as práticas de fandom¹² entre gamers, as exigências do mercado publicitário, e as políticas de governança das plataformas digitais em que essas profissionais atuam?

Como essas táticas expressam e refletem a precariedade trabalhista das streamers e suas práticas de resistência como ativistas feministas?

Como uma *insider* entre as profissionais que são o objeto de análise da minha tese, minha prioridade de pesquisadora foi abordar todas as suas ambivalências evitando generalizar ou moralizar o posicionamento dessas mulheres. Por isso, optei por posicioná-las como o eixo central do meu problema de pesquisa e por centrar toda a minha análise de produtos comunicacionais nas figuras de suas autoras. Não analisei os efeitos desse material em suas audiências e nem para o discurso mercadológico adotado pelas empresas de videogame em relação ao feminismo, exceto para fins de contextualização da produção dessas trabalhadoras. Eu também não considerei os conteúdos das transmissões destas profissionais. Fiz esta escolha porque meu trabalho é concentrado no enquadramento do discurso ativista por meio de suas narrativas, e estava mais interessada na composição destas profissionais como influenciadoras e figuras públicas representativas do feminismo para o nicho *gamer* do que na análise de conteúdo de suas transmissões online.

¹² Comunidades organizadas de fãs, formal ou informalmente.

Esse recorte de problematização da tese é sustentado pelo meu posicionamento como feminista, *gamer*, profissional de comunicação e pesquisadora, considerando o contexto das discussões sobre ativismo feminista e LGBTQIAPN+ nos *game studies* e na imprensa especializada. Historicamente, o debate sobre questões de gênero e sexualidade na cultura *gamer* foi constantemente atravessado por pânico morais (Brown, 2008), sensacionalismo da imprensa (Donovan, 2010) e, mais recentemente, apagamento de protagonismo de minorias por meio da centralidade do conceito de empatia (Pozo, 2018) ou de embates teóricos em torno de técnicas do campo (Phillips, 2020). Portanto, a decisão de centralizar minha análise nas narrativas pessoais e na produção de discurso das *streamers* feministas de games é ao mesmo tempo uma posição política reparadora e uma estratégia metodológica, para evitar repetições e clichês que não contribuem, a meu ver, para o avanço do debate acadêmico sobre o tema.

Assim, o objetivo geral desta tese foi entender as táticas comunicacionais das *streamers* de games no Brasil que se posicionam como feministas por meio de seus relatos pessoais sobre o tema, considerando como as suas interações com o público, suas condições de trabalho nas plataformas de mídias digitais e a necessidade de parcerias comerciais impactam seus posicionamentos políticos e estratégias de comunicação. Os objetivos específicos foram: identificar *streamers* de games no Brasil que se posicionam publicamente como feministas; contextualizar como a circulação do discurso feminista na mídia nos últimos anos é expressada em ambientes digitais; identificar as táticas comunicacionais dessas *streamers* em relação ao feminismo; mapear e analisar as principais narrativas e enquadramentos usados por essas profissionais nos relatos sobre suas práticas profissionais; e levantar suas condições de trabalho no que diz respeito às plataformas digitais, assim como seus impactos nas suas estratégias de comunicação.

Meu trabalho se posiciona em um espaço de intersecção entre estudos de jogos, de fãs e de plataformas. Abordar esses entrelaçamentos é importante em um contexto em que o trabalho de produção de conteúdo é cooptado ao mesmo tempo pelas plataformas de mídias sociais, pelas grandes empresas de entretenimento e por organizações ativistas. Entender como as *streamers* feministas manejam sua posição híbrida e se enxergam como profissionais e ativistas nos fornece alguns pontos de partida para o desenvolvimento de estudos futuros que contemplem as

movimentações trabalhistas e ideológicas determinadas pelas plataformas, e a participação dos fãs e consumidores de conteúdo digital nesse cenário.

Além disso, minha proposta de tese é pioneira na análise do enquadramento do discurso feminista por produtoras de conteúdo *gamers*. Existem publicações sobre a relação entre trabalho e performatividade no *streaming* (Harris 2022; Taylor, 2018; Paz, 2016), a influência de discursos neoliberais sobre a rotina de trabalho desses profissionais (Johnson, 2021; Guarriello, 2019), a recepção de discursos feministas por parte de *streamers* pela comunidade (Cullen, 2022), as implicações do gênero no trabalho de *streamers* mulheres e nas suas relações com as audiências (Ruberg et al., 2021; Ruvalcaba et al., 2018), e sobre os tipos de capitais necessários para a carreira de *streamer* (Pase, Dallegrave, Fontoura, 2020). Porém, meu recorte se encontra na intersecção de todas essas abordagens e as amplia ao privilegiar a relação entre narrativa pessoal e produção de discurso no segmento específico de *streamers* feministas, incluindo o ativismo online como fator a ser considerado neste contexto. Minha expectativa é que minha pesquisa contribua com o campo trazendo novas categorias para a análise de influenciadores *gamers* ativistas.

Os movimentos de ativismo e trabalho de fãs são muito relevantes para o entendimento das complexidades culturais e sociais da atualidade, sendo as mobilizações por questões de gênero e sexualidades nas plataformas de redes sociais centrais nas tensões políticas existentes hoje. Neste contexto os *gamers* têm se destacado como uma força política relevante, determinante na ascensão da extrema direita nos EUA (Nagle, 2017) e no Brasil (Kalil, 2018; LIGA, 2023), além de terem influência na cooptação de adolescentes para discursos extremistas, o que infelizmente tem resultado em episódios pontuais, mas ainda assim preocupantes, de violência, como massacres em escolas (Pellanda et al., 2022). Por isso, pesquisas sobre organizações feministas e LGBTQIAPN+ na cultura pop em geral e na cultura de jogos digitais especificamente têm sido muito importantes para o entendimento das disputas e tensionamentos políticos nos espaços digitais, inclusive com impacto potencial na elaboração de novas políticas públicas. Como membro da comunidade de fãs de videogames e trabalhadora da área no Brasil, minha intenção sempre foi de que meu trabalho contribuísse para a profissionalização e aprimoramento das condições de trabalho e segurança do campo, e desde o início meu projeto foi pensado de forma a contemplar esse aspecto social do tema.

Por fim, este trabalho também é relevante no sentido de estabelecer um diálogo com um trabalho extremamente importante e diverso sendo realizado no campo dos *game studies* nos últimos anos (Anthropy, 2012; Ruberg, Shaw, 2017; Shaw, 2014; Pozo, 2018; Goulart, 2017; Ruberg, 2019A), buscando entender e contextualizar os movimentos de fãs na chamada cultura *gamer* em relação às questões de ativismo feminista e *queer*. Sendo a interseccionalidade (Richard, Tynes, Kafai, 2017; Carrera, 2021) central para a compreensão desses movimentos, esta pesquisa se propõe ao mesmo tempo se colocar em continuidade com esses estudos internacionais e localizar esta abordagem de um ponto de vista do Sul Global, contextualizando essas produções na conjuntura brasileira.

2 FIGHT LIKE A GIRL: GÊNERO E FEMINISMO NA CULTURA *GAMER*

Durante a maior parte da história da indústria de videogames, o público-alvo preferencial deste mercado tem sido homens jovens, brancos, heterossexuais e cisgêneros. Assim, para entender os desafios enfrentados por uma mulher abertamente feminista que decide trabalhar como streamer de games – e precisa então estabelecer boas relações comerciais com as empresas do setor ao mesmo tempo que está muito exposta ao público *gamer* – é importante entender também como foi o processo de construção da comunidade de fãs e consumidores de jogos digitais. Essa compreensão se inicia em um olhar para as origens dessa mídia no Vale do Silício e seu posicionamento comercial desde então, chegando até os movimentos ativistas que surgem no enfrentamento dos vieses de gênero estabelecidos nesse período. E, considerando os tensionamentos mais recentes neste campo, é preciso também olhar para a instrumentalização da cultura dos jogos digitais por parte da extrema-direita nas redes sociais. A formação da comunidade *gamer* é um processo complexo, multifacetado e ainda em curso, e seus desdobramentos moldam as práticas das profissionais analisadas nesta tese.

2.1 IDEOLOGIA, MASCULINIDADE E ESCAPISMO NA CULTURA *GAMER*

Os jogos eletrônicos surgiram como um resultado colateral do desenvolvimento da indústria de computação no contexto da Guerra Fria. Inicialmente, o consumo de games estava restrito a ambientes acadêmicos e militares, devido a dificuldade de acesso a computadores fora desses espaços, e só se tornou possível ao grande público com a criação dos fliperamas operados por moedas em 1971. No ano seguinte, os jogos eletrônicos ganharam os lares dos consumidores médios com o lançamento de consoles pessoais com o Magnavox Odyssey, cujo inventor, Ralph Baer, era um engenheiro envolvido na pesquisa de mísseis teleguiados. (Donovan, 2010). A Atari, empresa que popularizou o videogame como fenômeno de massa da cultura pop, foi fundada também em 1972 por dois típicos hippies universitários do Vale do Silício, Nolan Bushnell e Ted Dabney. Destaco aqui esses três fundadores da indústria de games porque seus perfis representam bem as origens ideológicas das questões de gênero na cultura

gamer: os “pais” dos jogos digitais são empresas de tecnologia, militares e membros da contracultura da Califórnia dos anos 70.

À primeira vista, o quê essas comunidades tão diferentes entre si podem ter em comum parece ser apenas o fato de que a grande maioria de seus membros são homens heterossexuais, brancos e cisgêneros, especialmente ocupando seus espaços de maior poder e prestígio. Porém, existem mais aproximações entre esses grupos que apenas a dominância de uma demografia masculina e elitizada. A convergência improvável entre empresários, militares e hippies na formação da cultura *gamer* é uma manifestação da aliança entre o espírito contestador da contracultura dos anos 70 e o individualismo agressivo dos empreendedores de tecnologia que ascenderam neste mesmo período, nomeada por Barbrook e Cameron (2018) como ideologia californiana.

Em um ensaio de mesmo nome publicado em 1995, os autores definem a ideologia californiana como o extrapolar do ativismo social libertário dos hippies universitários para a ética de trabalho das *big techs* do Vale do Silício, por meio de uma abordagem focada nas liberdades individuais e na crença de que os avanços tecnológicos são, por si só, ferramentas de reforma social. Essa mistura de determinismo tecnológico e celebração do individualismo é, de acordo com Barbrook e Cameron, o pensamento dominante entre o que eles chamam de classe virtual, um novo grupo de trabalhadores do mercado de tecnologia que, devido à suas habilidades técnicas ultra especializadas, desfrutam de alguns privilégios em relação aos profissionais da mesma área atuando em estruturas mais tradicionais como o chão de fábrica: o *home office*, a flexibilidade de jornada, escritórios lúdicos, ausência de *dress code*, etc. Porém, a classe virtual continua subordinada às elites empresariais e, portanto, vulnerável do ponto de vista trabalhista, vulnerabilidade agravada pela falta de espaço para pensar organizações coletivas na individualista ideologia californiana. Como discutido adiante, essa é também a ética de trabalho dominante no mercado de jogos digitais.

A cultura *gamer* é profundamente estruturada por esse modo de ver porque seus trabalhadores são parte da classe virtual, e é possível identificar esta influência tanto nas narrativas de seus produtos comerciais quanto nas histórias de sucesso de seus empreendedores e criadores, descritos quase sempre como heróis individuais que ascenderam profissionalmente por meio de sua postura contestadora e do seu alto conhecimento técnico. Burrill (2008) analisa essas narrativas de sucesso na

cultura *gamer*, e por extensão na comunidade *nerd* e *geek*, como expressões de fantasias masculinas de poder.

O autor descreve a comunidade *gamer* como uma cultura voltada para a celebração de um tipo de masculinidade que chama de “*boyhood*”, aqui traduzido como “*molecagem*”¹³: um estado de idílio escapista caracterizado pelo companheirismo entre homens e pela recusa de questionamentos a qualquer expressão estereotípica de masculinidade, mesmo que essa seja percebida como agressiva por elementos externos ao grupo. Por consequência, a exclusão de qualquer indivíduo do gênero feminino ou fora da heteronormatividade esperada pelos chamados *gamers* se tornou regra nesses espaços.

(...) Molecagem pode ser teorizada como a natureza regressiva da masculinidade no capitalismo de primeiro mundo, em que as pressões externas forçam o homem a voltar a um tipo de infância sempre acessível. Videogames no século XXI servem como um primeiro modo de regressão, uma máquina de tecnostalgia que permite o escapismo, a fantasia, a extrapolação e a utopia, um espaço longe do feminismo, das restrições de classe, dos deveres familiares, assim como das responsabilidades nacionais e políticas. É um espaço e uma experiência em que o garoto digital pode “morrer tentando”, tentando vencer, tentando dominar o jogo, e tentando provar sua masculinidade (e, portanto, seu lugar no patriarcado, no mundo capitalista, e perante à Lei)¹⁴. (Burrill, 2008, tradução minha).

O espaço escapista da molecagem é estruturado pelos fundamentos da ideologia californiana: o foco nos desejos e liberdades individuais e nas habilidades técnicas, onde o mais forte, o melhor jogador, triunfa. Também é orientado por uma mentalidade de *insiders versus outsiders*, em que elementos vistos como externos à comunidade, por exemplo pessoas de minorias ou debates sobre opressões sociais, são hostilizados e isolados como antagonistas ao bem-estar do grupo. Essa configuração é fruto de um processo histórico de posicionamento comercial dos

¹³ Optei pela tradução “molecagem” em vez de “infância” por considerá-la mais adequada ao universo de escapismo e solidariedade masculina descrito por Burrill.

¹⁴ 34 (...) Boyhood can be theorized as the regressive nature of first-world, capitalist masculinity, where the pressures of the external force the man back to a type of always-accessible boyhood. Videogames in the 21st century serves as the prime mode of regression, a technostalgia machine allowing escape, fantasy, extension, and utopia, a space away from feminism, class imperatives, familial duties, as well as national and political responsibilities. It is a space and experience where the digital boy can “die tryin’”, tryin’ to win, tryin’ to beat the game, and tryin’ to prove his manhood (and therefore his place within the patriarchy, the world of capital, and the Law).

games como produtos a serem consumidos preferencialmente por homens brancos, heterossexuais, cisgêneros e de classe média, apresentado a seguir.

2.2 COISA DE MENINO: A FORMAÇÃO MERCADOLÓGICA DO PÚBLICO-ALVO

Nos seus primeiros anos no mercado doméstico, os videogames eram vendidos como entretenimento para toda a família, de forma semelhante, por exemplo, aos eletrodomésticos, sem uma clara divisão de gênero como público-alvo. Os primeiros anúncios da Atari exibiam pessoas de todas as idades e perfis jogando videogames, sem direcionamento específico a nenhum desses públicos.



Figura 1 - Imagem publicitária da Atari em 1979¹⁵.

Mas esse direcionamento da publicidade da época não significa que os jogos da Atari deste período eram produtos diversos, focados em boas representações femininas. Pelo contrário, eles são produtos com temas bélicos e estereotipicamente masculinos inspirados pela cultura pop do período, principalmente por filmes de ação e ficção científica. Os homens eram também a maioria absoluta entre os trabalhadores da empresa, já que na época as habilidades necessárias para o desenvolvimento de jogos eram predominantemente relacionadas à engenharia

¹⁵ Disponível em:

https://atari.com/pages/history?srsItd=AfmBOor_duHjVzZI3gDKyNKIM5UOSmtuH9-6lsgItE_IYlu6051-09Vz . Acesso em: 27 Ju. 2025.

elétrica, um tipo de formação pouco acolhedora e acessível às mulheres, especialmente na época. Os relatos de profissionais da Atari no período descrevem um ambiente de trabalho permissivo, onde as festas em constantes e reuniões com gestores homens dentro de banheiras eram vistas como normais. Sendo assim, o ambiente de trabalho não era muito confortável para mulheres, apesar da presença pontual de profissionais como Carol Shaw, desenvolvedora do sucesso *River Raid* (Donovan, 2010).

Os primeiros protestos relacionados às questões de gênero nos videogames são frutos da extensão dessa permissividade da Atari na gestão de seus funcionários para o gerenciamento dos jogos lançados para seus consoles. Em 1982 o selo Mystique, marca da empresa American Multiple Industries (AMI) em parceria com a produtora de filmes pornográficos Caballero Control Corporation (CCC), publicou uma série de jogos eróticos para o Atari 2600 sem a aprovação da empresa, entre eles *Custer's Revenge*. Neste game, os jogadores controlam o avatar do General Custer, figura histórica estadunidense que teve papel central no genocídio indígena local, e têm como objetivo sobreviver à travessia de um campo tomado por flechas voadoras, para então estuprar uma mulher indígena amarrada ao final da fase. A produção de jogos inapropriados ou até criminosos, como *Custer's Revenge*, era possível devido ao estilo de gestão extremamente indulgente da Atari, que permitia a qualquer pessoa ou empresa publicar material para seus consoles sem aprovação prévia.

O caso Mystique expôs a fragilidade desta abordagem administrativa, e também atraiu protestos de feministas, grupos indígenas e setores conservadores da sociedade (Brown, 2008), sendo um prenúncio da queda da Atari, que viria logo a seguir. O evento, que ficou conhecido com o Crash da Indústria de Videogames de 1983, teve como episódio mais icônico o “enterro” de milhares de cópias não vendidas do jogo baseado no filme *E.T.*, de Steven Spielberg (Donovan, 2010). Porém, embora sejam exemplos representativos, *E.T.* e os jogos da Mystique não foram os únicos produtos de baixa qualidade a lotarem as prateleiras das lojas no período, e a falta de supervisão nos lançamentos provocou queda nas vendas e perda de credibilidade para a Atari, resultando no Crash.

Na segunda metade da década de 80, a Nintendo surgiu como substituta da Atari na liderança do mercado ocidental, tendo como estratégia reposicionar consoles e jogos como brinquedos direcionados especificamente a crianças e

adolescentes do sexo masculino. A empresa japonesa acreditava que brinquedos encontrariam consumidores mesmo em épocas de crise, pois seriam um tipo de produto mais estabelecido comercialmente do que os eletrodomésticos de última geração, que o consumidor médio tenderia a ver como supérfluos. A estratégia deu certo em termos de vendas e foi copiada por outras empresas, como a Sega, que por sua vez tinha como público-alvo adolescentes e jovens adultos do sexo masculino (Lien, 2013). Hoje, a publicidade veiculada pelas grandes empresas de games continua direcionada principalmente a homens jovens, cisgêneros e heterossexuais. Esse contexto é propício para que o público majoritário dos jogos veja mulheres e pessoas LGBTQIAPN+ como elementos estranhos e não desejados dentro da cultura *gamer* (Taylor, 2011).

2.3 MOVIMENTOS ATIVISTAS NA CULTURA GAMER

A exclusão de públicos na indústria de games não acontece sem resistência. Movimentos descentralizados de mulheres contra a misoginia na cultura de jogos digitais, como por exemplo, os protestos contra o jogo *Custer's Revenge*, existem desde os primeiros anos da indústria, mas começaram a se articular de forma mais sistematizada a partir da década de 1990, como uma resposta à segmentação agressiva de públicos promovida pelas empresas do setor no período. A preocupação de que essa exclusão do público feminino resultasse em mulheres desinteressadas em ter contato com computadores, e conseqüentemente marginalizadas em um mercado de trabalho cada vez mais informatizado, motivou neste período uma coalizão entre pesquisadoras/es, ativistas e empreendedoras/es denominada *Girls' Game Movement* (Jenkins, Cassell, 1998). O principal objetivo do movimento era incentivar a produção de jogos focados no público infantil e juvenil feminino, apoiando empresas desse nicho, realizando pesquisas de mercado que visavam entender quais os estilos de jogos considerados mais atraentes por essas meninas, e produzindo pesquisa e divulgação científica sobre o tema. O principal legado do *Girls' Game Movement* foi a fundação e produção de estúdios extremamente relevantes para a diversificação dos games, como o *Purple Moon*, a ascensão de *game designers* que se tornariam importante referências mercadológicas e teóricas, como Brenda Laurel, e publicações pioneiras na reflexão

sobre as relações de gênero na indústria de games, sendo a mais conhecida delas o livro *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games* (Jenkins, Cassell, 1998).

Mesmo perdendo fôlego após a falência de seus principais estúdios – devido ao estouro da bolha do setor de tecnologia no início da década de 2000 – o movimento foi bem-sucedido em fomentar o debate pela inclusão feminina como público consumidor e produtor de jogos digitais, promovendo eventos e publicações (Jenkins, Cassell, 1998; Kafai et al, 2011) e impulsionando empresas desenvolvedoras de jogos que foram comercialmente relevantes por um período significativo. O *Girls' Game Movement* também é representativo da relevância das alianças entre ativistas e indústria na cultura de jogos digitais, assim como dos tensionamentos gerados por elas, já que sofreu críticas de feministas do período por favorecer uma representatividade feminina também limitada por estereótipos de gênero cooptáveis pelo marketing de grandes empresas (Eisenberg, 1998). Isso ocorria porque a ideia de “jogos para meninas” que estruturou o movimento era fundamentada em pesquisas de mercado que, devido às limitações metodológicas e ao contexto da época, acabaram reproduzindo clichês bem conhecidos do que seria o ideal de consumo feminino: jogos não competitivos, sem cenários de fantasia e com referências a situações cotidianas, como a vida familiar e escolar, onde as meninas jogadoras deveriam exercer as mesmas funções de cuidado e de mediação de conflitos que mulheres já exercem, por pressão social, na vida cotidiana.

Também é importante ressaltar que embora o *Girls' Game Movement* tenha um legado positivo na diversificação de temas e públicos nos jogos digitais dos anos 90, esse impacto ficou limitado aos jogos para computadores pessoais (PCs), enquanto o mercado de consoles seguiu altamente segmentado para o público masculino. O principal motivo é que o mercado de computadores já era mais promissor para a diversificação, considerando que PCs são itens de utilidade para vários grupos demográficos, com potencial maior de estarem em lares com composições familiares diversas. Além disso, o mercado de jogos para PC já era mais receptivo a jogos inovadores e ao público feminino, com empresas como a Sierra Entertainment empregando mulheres em posições centrais na criação de seus jogos, entre elas sua cofundadora Roberta Williams e outros grandes nomes como Jane Jensen e Lori Cole (Williams, 2020).

Infelizmente, o debate sobre as questões de representação da masculinidade hegemônica como norma na indústria de jogos digitais durante os anos 90 foi constantemente permeado pelo sensacionalismo por parte da mídia e de setores da sociedade, especialmente líderes políticos. Por exemplo, em 1991 Eugene Provenzo Jr. publicou o que é considerado o primeiro estudo sobre representação de gênero nos videogames, *Video Kids: Making Sense of Nintendo* (Provenzo Jr., 1991), um panorama da presença feminina e das imagens de violência nos principais jogos do período. Em 1993, um movimento de pânico moral em torno dos videogames, iniciado pelo então senador estadunidense Joe Lieberman, acabou por se apropriar do livro de Provenzo Jr para estabelecer conexões entre videogames e comportamento violento, que não são identificadas ou sugeridas pelo autor. O movimento resultou na criação do padrão de classificação etária dos jogos nos EUA, mas teve entre seus efeitos negativos uma abordagem bastante sensacionalista do tema pela imprensa e até mesmo a convocação do pesquisador para depor no congresso dos EUA (Khaled Jr., 2018). Outra consequência desse fenômeno entre os *gamers* foi a consolidação da sensação de serem perseguidos por membros da comunidade externa, o que reforçou o sentimento de “nós contra eles” já característico do grupo, e contribuiu para que sua resistência aos debates sobre exclusão e falta de diversidade fosse ainda maior, sendo constantemente equiparados pela comunidade às abordagens sensacionalistas da imprensa e de políticos.

O pânico moral é retomado após 1999, como efeito do Massacre de Columbine, e, desde então, frequentemente as tentativas de fomentar o debate público sobre representação de gênero nos videogames são distorcidas para forçar uma conexão entre consumo de jogos digitais e comportamento violento que não é, de forma alguma, sustentada pela literatura científica (Donovan, 2010; Khaled Jr., 2018). Isso promove amplo apagamento das vozes de profissionais da indústria pertencentes a minorias sociais que estão em posições de vulnerabilidade real e precisam ser ouvidas sobre as implicações da violência na cultura *gamer* que já são documentadas e verificáveis.

O movimento de *gamers* LGBTQIAPN+ ganha visibilidade por volta do início da década de 2010, após o declínio do *Girls' Game Movement*, quando se popularizaram produtores de games independentes que usam ferramentas *online* para desenvolvimento e distribuição de jogos focados na expressão de vivências

não normativas de gênero e sexualidade e na desconstrução da masculinidade representada nos produtos da indústria *mainstream*. Esse movimento ficou conhecido como *Queer Gaming Scene* (aqui traduzido como Cena Queer dos Games ou apenas cena queer), e atualmente se articula principalmente na internet em fóruns, blogs e comunidades específicas em redes sociais; em eventos como a *Queer Gaming Conference*¹⁶, *Different Games*¹⁷, *GaymerX*¹⁸ e, no Brasil, na atividade *Jogos Diversos* da SBGames no período entre 2017 e 2019¹⁹; e em publicações como o livro *Queer Game studies* (Ruberg, Shaw, 2017). Além das pessoas desenvolvedoras, os consumidores engajados dos games do movimento se apresentam como uma união de múltiplos *fandoms* dentro da cultura de jogos digitais organizados em práticas e estratégias de ativismo de fãs (Amaral, Souza, Monteiro, 2015) ora se aliando ao mercado e ora denunciando suas ações, tanto do segmento *mainstream* quanto da cena alternativa.

As ações focadas em denúncias criam tensões com outros *fandoms gamers*, como evidenciado no episódio chamado de *GamerGate*, uma campanha extremamente violenta de *cyberbullying* contra mulheres feministas e ativistas LGBTQIAPN+ atuantes no cenário, que acabou por expor a extensão do problema de representatividade de gêneros para segmentos de mídia e de público além do nicho dos jogos digitais (Hathaway, 2014). O *GamerGate* se iniciou em agosto de 2014 quando um ex-namorado da desenvolvedora de jogos Zoë Quinn publicou em um blog um texto a difamando, afirmando que ela teria feito sexo com jornalistas de games em troca de avaliações positivas de seu jogo *Depression Quest*. Embora o conteúdo do blog fosse mentiroso e facilmente verificável (nenhum dos jornalistas citados pelo agressor publicou resenhas do jogo de Quinn, por exemplo), o post viralizou, entendido por parte do público *gamer* como se fosse uma denúncia séria expondo uma suposta corrupção sistemática no jornalismo de games, desencadeando assim uma onda de ataques contra a desenvolvedora. Porém, o real motivo que impulsionou a visibilidade e violência do *GamerGate* foi o fato que Quinn, assim como outras profissionais que acabaram também sendo perseguidas pelo mesmo movimento, já se apresentava publicamente como uma voz contestadora da

¹⁶ Disponível em: <https://ggcon.com/>

¹⁷ Disponível em: <http://www.differentgames.org/>

¹⁸ Disponível em: <https://gaymerx.org/>

¹⁹ Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2020/pt/calls/jogos-diversos/>

supremacia masculina na indústria de games, atraindo a antipatia de uma parcela dos fãs de jogos digitais por causa disso. O *GamerGate* é um evento central para entender os conflitos entre fãs ativistas que lutam por representação diversa e ampla inclusão de minorias na cultura *gamer* e fãs mais alinhados à ideologia masculinista da molecagem, que repudiam essas demandas por vê-las como uma forma de trazer elementos “de fora” para os espaços *gamers*, rompendo com a fantasia escapista do mesmo.

Mas além dos conflitos entre *gamers*, outro importante tensionamento acontece nos enfrentamentos de discursos entre o ativismo de fãs feministas e queer, os movimentos de desenvolvedores independentes que se posicionam em oposição à indústria, e as ações de inclusão realizadas pelas maiores empresas do mercado. Após o *GamerGate* ter sido amplamente noticiado pela imprensa não especializada em games e atraído a atenção do público geral para o problema de discriminação associada ao *cyberbullying* nesse mercado, as empresas do segmento passaram a se empenhar em ações focadas principalmente nos públicos feminino e LGBTQIAPN+ visando se distanciar da imagem negativa gerada pelo episódio.

A maioria dessas ações aborda as minorias sociais como públicos consumidores de jogos do ponto de vista do posicionamento de marca e do aumento de lucros, prática definida por Varadarajan e Menon (1988) como marketing de causas, mas se distancia de qualquer movimentação no sentido de promover mudanças estruturais relevantes para o aumento de diversidade na indústria, como a inclusão de mulheres e pessoas queer em cargos de comando. Respondendo a esse cenário, enquanto os desenvolvedores independentes organizam-se de forma a construir seus espaços à margem das ações de marketing de causas, acreditando que elas seriam incapazes de resolver o problema de exclusão sistêmica da indústria, os fãs ativistas, entre eles, criadores de conteúdo (que precisam de parcerias comerciais para viabilizar seu trabalho), muitas vezes se alinham à essas práticas por acreditar que elas ajudam a promover inclusão e construção de espaços seguros na cena.

Então, embora a visibilidade de mulheres e pessoas LGBTQIAPN+ nessas ações seja celebrada e apoiada por fãs, alguns pesquisadores e desenvolvedores de jogos vêm essas práticas como superficiais e incapazes de resolver os problemas

estruturais de exclusão no mercado de jogos digitais, pois são mais voltadas à construção e ampliação de públicos consumidores do que à mudança social.

A lógica do mercado torna pessoal um posicionamento social e político, assim como enfatiza o apelo ao indivíduo por meio de um apelo ao “grupo”. A ênfase na escolha do consumidor apaga a importância social e política da representação²⁰. (Shaw, 2014, tradução minha)

A cena queer tem muitas aproximações estratégicas com o *Girls’ Game Movement*: também é uma coalização entre ativistas (representados tanto por desenvolvedores quanto por público/fãs), acadêmicos e empresas, e sofre os efeitos dos enfrentamentos gerados pela justaposição destes três grupos. As discussões de teóricos e desenvolvedores da cena queer são uma continuidade das questões presentes no *Girls’ Game Movement*, sendo que se nos anos 90 a disputa se dava principalmente em torno do que seriam jogos para mulheres e de como os estereótipos de gêneros eram reproduzidos mesmo em produções de empresas pretensamente inclusivas, e na *Queer Gaming Scene* o debate é sobre como esta estereotipação se dá pela apropriação fetichista das representações de experiências autobiográficas de grupos minoritários pela indústria, e sobre como essa apropriação promove um esvaziamento dos discursos políticos dos movimentos feminista e LGBTQIAPN+ ao transformar reivindicações em questões de nicho e consumo, criando um “mercado inclusivo” (Shaw, 2014).

Como uma mulher transgênero e *queer* em 2012, em uma cultura permeada por videogames – uma cultura na qual, enquanto eu digito no meu computador, estou há segundos de um jogo digital, ainda que não tenha tido tempo para comprar ou instalar um único jogo em minha máquina –tenho que me esforçar para encontrar qualquer jogo que seja sobre mulheres *queer*, qualquer jogo que se assemelha à minha própria experiência (...). Os poucos jogos comerciais que envolvem mulheres protagonistas em um papel que não o de matadora, colocam-nas no papel de serventes: arrumando mesas em um restaurante (ou loja de roupas, pet shop, festas de casamento). Isso não significa que os jogos de tiro não tenham valor, mas se as pessoas olhassem somente para videogames, elas pensariam que a experiência humana se resume a atirar em homens e receber seus pedidos. Decerto que uma forma artística com tanto peso na cultura popular como os videogames têm agora precisa oferecer mais do que uma visão tão limitada do que é ser humano²¹. (Anthropy, 2012, tradução minha)

²⁰ “Market logic makes a social and political argument personal, as it stresses an appeal to individual consumers via an appeal to “groupness.” The emphasis on consumer choice obscures the social and political importance of representation.”

²¹ As a queer transgendered woman in 2012, in a culture pervaded by videogames—a culture in which, typing on my computer, I am seconds away from a digital game, even if I have not taken the time to buy or install a single game on my computer—I have to strain to find any game that’s about a

A estratégia da cena queer passa mais pela apropriação do que pela adequação e seu posicionamento é abertamente de enfrentamento à indústria *mainstream* de videogames, usando principalmente de ferramentas gratuitas e acessíveis de produção e distribuição e visando ocupar o espaço antes reservado às grandes empresas, uma abordagem que Goulart (2017) chama de “queerizar os jogos”. Esta tática demonstra a condição contraditória de reconhecer que a cultura de jogos digitais é opressora em sua estrutura, mas também entender que a apropriação e subversão desta estrutura é extremamente potente para a construção de novas coletividades.

É importante notar como, muitas vezes, tais discursos não apenas resistem definições fixas do que seriam os jogos queer como investem na relação verbal entre esses movimentos e os jogos digitais: ou seja, mais do que “produzir jogos queer”, fala-se em “queerizar os jogos”, compreender que os jogos mantêm lógicas normativas, mas que ao mesmo tempo contém elementos e possibilidades de constituir discursos não-hegemônicos a respeito do contemporâneo (principalmente em relação à sexualidade e gênero). (Goulart, 2017)

Tanto o *Girls' Game Movement* quanto a *Queer Gaming Scene* são movimentos centralizados na América do Norte e na Europa. Mas, com a popularização deste último em comunidades online, a visibilidade que mobilizações como o *GamerGate* tiveram na imprensa e o aumento no número de pessoas que falam inglês em países periféricos como o Brasil nas três últimas décadas, a mobilização feminista e LGBTQIAPN+ na cultura de jogos digitais se expandiu para além dos epicentros desses movimentos. Existem *fandoms* locais organizados em espaços como grupos de discussão em redes sociais e sites de nicho que mobilizam queixas e cobranças contra empresas e profissionais dos games que tenham práticas discriminatórias, ao mesmo tempo que celebram aqueles que consideram inclusivos e colaborativos com a causa.

queer woman, to find any game that resembles my own experience. (...) The few commercial games that involve a woman protagonist in a role other than slaughterer put her in a role of servitude: waiting tables at a diner (or a dress shop, a pet shop, a wedding party). This is not to say that games about head shots are without value, but if one looked solely at videogames, one would think the whole of human experience is shooting men and taking their dinner orders. Surely an artistic form that has as much weight in popular culture as the videogame does now has more to offer than such a narrow view of what it is to be human.

Essas práticas posicionam esses grupos de fãs em um espaço intermediário entre movimento social e produtores de conteúdo, alinhados às práticas de marketing da indústria de jogos e muitas vezes às campanhas publicitárias de produtos vistos como inclusivos. Sendo os movimentos por inclusão de gênero na cultura de jogos digitais historicamente aliados à indústria, como demonstram as origens no *Girls' Game Movement* e até mesmo algumas alianças e organizações da cena queer (como o patrocínio de grandes empresas aos seus eventos e a visibilidade destes na imprensa especializada em games²²), esta contradição é uma constante no ativismo de fãs de games.

Além das alianças ocasionais entre fãs e indústria, a academia e o mercado de games têm estado próximos no debate das questões de gênero na cultura de jogos digitais, como demonstra a articulação do *Girls' Game Movement*, sendo que os pesquisadores da área e os espaços universitários também ocupam uma posição central no ativismo feminista e queer na cultura *gamer*. Richard (2013) considera que a discussão acadêmica sobre feminismo e games aconteceu em três ondas até o momento. A primeira, que teve seu auge no ponto de maior visibilidade e organização do *Girls' Game Movement*, abordava principalmente as limitações e estereótipos na representação feminina nos jogos, a pouca visibilidade de mulheres trabalhadoras da indústria e a falta de games que consideravam meninas e mulheres adultas como público-alvo. Já a segunda onda, compreendida principalmente entre 2000 e 2010, focava na investigação dos contextos socioculturais e nas experiências das mulheres que participavam da indústria de jogos digitais como consumidoras e trabalhadoras. Essas duas primeiras ondas do feminismo nos *game studies* são criticadas atualmente por assumirem sem nenhum tensionamento alguns estereótipos em relação ao que seriam “jogos para mulheres”, como a ideia de que mulheres naturalmente não gostam de games competitivos ou de cenários de fantasia.

A terceira onda, iniciada a partir dos anos 2010, traz a interseccionalidade como conceito estruturante do debate sobre presença feminina na cultura *gamer*. Essa perspectiva considera que raça, sexualidade, local, classe, corporeidade e a diversidade de experiências e nuances que as múltiplas formas de expressão de

²² A cena queer é amplamente coberta em grandes veículos do segmento de games como Kotaku e Polygon, como é possível ver em <https://www.polygon.com/features/2013/5/24/4341042/the-queer-games-scene>.

gênero implicam são elementos centrais para estruturar qualquer análise a respeito de questões feministas nas comunidades de jogos digitais. Com isso, é possível traçar uma progressão temporal em paralelo com a complexificação do debate sobre gênero nos *game studies*, que, infelizmente, nem sempre corresponde a como essas questões ainda são abordadas em outros espaços *gamers*.

E mesmo considerando que os debates feministas integram os *game studies* há mais de duas décadas, a configuração discriminatória na cultura dos games não é exclusividade do mercado de desenvolvimento e consumo de jogos e atinge também o ambiente acadêmico.

Phillips (2020) faz uma história afetiva dos *game studies* focada na questão de gênero, tendo como ponto de partida o desconforto sentido e declarado pelas pesquisadoras da área, que se sentem diminuídas e isoladas pelos colegas homens. Analisando episódios que são marcos fundantes do campo, como a primeira edição da revista *Game studies* e a suposta disputa entre teóricos narratologistas e ludologistas, que a autora argumenta ser consequência do machismo direcionado contra a pesquisadora Janet Murray, Phillips propõe o conceito de *negging* acadêmico, uma prática de diminuir a autoestima de pesquisadoras mulheres por meio de escrutínio rígido, ao qual seus pares homens não são submetidos. É possível ver semelhanças entre os argumentos de Phillips sobre o sentimento de insegurança e ansiedade gerado pelo *negging* acadêmico entre as pesquisadoras atuantes nos *game studies* e os estudos sobre os efeitos dos constantes assédios machistas contra *proplayers* e *streamers*, que afetam sua autoconfiança e seu desempenho profissional.

Esta identificação das expressões das práticas de opressão social na estrutura dos *game studies* como campo é ainda mais contundente no trabalho de Trammell (2020), que propõe a desconstrução de um paradigma central na abordagem clássica dos estudos de jogos: a oposição entre jogo e tortura. O autor argumenta, por meio de uma revisão crítica da produção fundante dos *game studies*, que é contraditório considerar que todas as práticas de jogos são consentidas, afirmando que essa perspectiva otimista sobre os jogos é resultado de uma teorização construída a partir de lugares de privilégio que são eurocêtricos, machistas e alinhados ao supremacismo branco. Uma mulher que sofre agressões ao jogar *online*, por exemplo, não consentiu em ser colocada naquela posição, mas

muitas vezes a aceita como inevitável para se engajar no jogo, considerando a estrutura misógina desses espaços.

Para Trammell, a tortura é um jogo porque também se serve de um sistema de regras disciplinante para condicionar a experiência dos envolvidos, e reconhecer que a tortura é jogo é reconhecer que jogos podem ser experiências dolorosas, degradantes e perversas. O autor considera que esse reconhecimento é essencial para uma teorização crítica e verdadeiramente interseccional dos estudos de jogos, assim como para a reparação de injustiças promovidas nos e por meio dos *game studies* nos últimos anos.

Considerando o panorama do ativismo em relação a questões de gênero na cultura *gamer* aqui apresentado, é possível identificar três grupos centrais nesse movimento: fãs, profissionais da indústria e pesquisadores. Essas categorias não são excludentes entre si: profissionais da indústria podem ser pesquisadores, e pesquisadores podem ser fãs, por exemplo. O relacionamento de cada uma dessas frentes com o mercado também varia contextualmente: fãs ativistas podem se aliar ou distanciar de ações de marketing de causas a depender da relação construída e do histórico de cada empresa; profissionais podem estar em nichos mais comerciais ou mais alternativos da indústria, variando seu posicionamento de acordo; e a academia pode formar coalizões estratégicas com o mercado ao mesmo tempo que é o principal espaço de crítica às suas práticas. A ambivalência entre oposição e alinhamento à indústria *mainstream* é uma característica que permeia todas as práticas ativistas na cultura *gamer*.

Portanto, falar de feminismo na cultura *gamer* implica em entender como essa ambivalência é ao mesmo tempo a manifestação de questões que são transversais ao ativismo dentro e por meio dos *fandoms* no geral (já que esses são comunidades organizadas em torno de produtos comerciais), e das especificidades da cultura *gamer* que envolvem suas origens históricas, seu posicionamento como produto comercial, seu alinhamento à ideologia do Vale do Silício e sua ética de trabalho. Entre essas especificidades, podemos destacar a instrumentalização das comunidades *gamers* por movimentos de extrema-direita como um elemento central para a discussão das práticas de mulheres feministas nesse meio.

2.4 TUDO PELA ÉTICA: A INSTRUMENTALIZAÇÃO POLÍTICA DO MACHISMO NA CULTURA GAMER

Embora as questões de desigualdade de gênero e baixa representatividade de minorias na indústria e cultura de videogames sejam debatidas desde pelo menos os anos 90, na última década elas se tornaram mais complexas com a crescente presença da extrema-direita, especialmente o grupo autodenominado *alt-right*²³, em espaços digitais. O evento que potencializou e deu visibilidade mundial a esse fenômeno e ao ativismo feminista na indústria de jogos digitais é o mesmo, o *GamerGate*, e por isso não é possível dissociar um movimento do outro ao fazer uma análise do ativismo *gamer* que considere seu contexto em profundidade.

A extrema-direita tem sido eficiente em entender os intrincados entrelaçamentos entre a molecagem (Burrill, 2012) e o tipo de humor que caracteriza a cultura digital em plataformas de redes sociais por meio do compartilhamento de piadas, referências em comum e memes (Nagle, 2017). Durante o *GamerGate*, esses conteúdos foram usados tanto para perseguir os alvos do movimento quanto para dar um sentido de comunidade às ações do grupo agressor. Em um momento em que representantes de minorias se mobilizaram para pautar o diálogo coletivo com uma reflexão sobre como muito dessas expressões de humor são violentas para a presença de grupos historicamente oprimidos na cultura *gamer*, e também sobre os estereótipos negativos apresentados por personagens de minorias nos jogos em si, a *alt-right* instrumentalizou a molecagem como catalisador de resistência contra esse crescente debate progressista.

Assim, ativistas foram enquadrados como pessoas externas às comunidades *gamers*, mesmo quando eram membros reconhecidos e em posições de status na indústria, como jornalistas, desenvolvedores e jogadores profissionais, e muitas vezes transformados em alvos de ações sistematizadas de *cyberbullying* (Caetano, Blanco, 2022; Chess, Shaw, 2015). Essas ações resultaram em um aumento da instabilidade no ambiente profissional de trabalhadoras ativistas, como as *streamers* de games que se manifestavam publicamente como feministas.

²³ A *alt-right* é um movimento de extrema direita que se caracteriza principalmente pela cooptação de ferramentas e práticas da cultura digital para recrutamento e disseminação de suas ideias. Tem como discurso central a ideia de que os valores tradicionais, masculinistas, eurocentrados e supremacistas brancos, estariam sendo ameaçados pelo movimento progressista, o que causaria a ruína da civilização ocidental.

Após o *GamerGate* muitas comunidades *online* focadas no público *gamer* têm sido ocupadas por representantes da *alt-right* com a intenção de cooptar homens jovens presentes nesses espaços, com efeitos documentados no cenário político mundial, como as eleições de Donald Trump para a presidência nos Estados Unidos em 2016 (Nagle, 2017) e de Jair Bolsonaro para o mesmo cargo no Brasil em 2018 (Kalil, 2018; LIGA, 2023, Pellanda et al. 2022). Em todos os exemplos citados, a influência da *alt-right* na cultura *gamer* foi articulada e instrumentalizada por meio do alinhamento da ideologia de extrema direita com as frustrações fundamentais da molecagem, conforme teorizada por Burrill (2012): a ideia de que homens brancos, cisgêneros e heterossexuais, estariam sendo expulsos dos seus espaços de sociabilidade e lazer, como a cultura *gamer*, por uma suposta “agenda feminista” esquerdista, e que a hegemonia masculina e o supremacismo branco nesses meios precisavam ser defendidos como forma de proteção dos valores originais da comunidade.

Segundo este recorte ideológico, as ações de inclusão na indústria de jogos digitais adotadas nos últimos anos, como o aumento discreto no número de personagens mulheres e queer protagonizando jogos *mainstream*, o incentivo ainda pontual à campeonatos exclusivamente femininos de *esports* e a adesão das empresas do segmento a parcerias com influenciadores digitais mulheres e LGBTQIAPN+, seriam provas de que o público predominante da indústria games estaria sendo expulso de seu espaço de direito.

Outro ponto que é relevante para entender a relação entre comunidade *gamer* e *alt-right* é a rejeição à política. A Pesquisa Identidade *Gamer*, realizada entre abril e junho de 2022 pela LIGA – Laboratório de Impacto *Gamer*²⁴ (2023), traz um mapeamento mais minucioso da complexa relação entre discursos meritocráticos e apolíticos na cultura *gamer* e seus entrelaçamentos com a cooptação por parte de grupos de extrema direita atuando em plataformas de mídias sociais.

Por meio da categorização do público *gamer* em seis perfis, resultantes de uma pesquisa qualitativa que envolveu, entre outras abordagens, entrevistas em profundidade com mais de 100 pessoas, o mapeamento faz uma demonstração bastante nítida de como aspectos da cultura de jogos digitais se materializam em

²⁴ Iniciativa ligada à Purpose, agência de publicidade e consultoria com foco em questões de diversidade e marketing social, cujo principal trabalho é fornecer dados e orientar empresas para ações de marketing de causa. É possível consultar mais informações sobre o Laboratório de Impacto *Gamer* em: <https://labimpactogamer.com.br/sobre/>.

ideologias excludentes. Apresento, a seguir, uma tabela com as categorias identificadas pelo LIGA (2023).

| Perfil | Descrição |
|-----------------------|---|
| Questionadores | Frequentemente jogadores que são também parte de grupos minoritários, reconhecem as opressões estruturais na cultura <i>gamer</i> , mas também entendem as comunidades de jogos digitais como refúgios pessoais e espaços importantes para suas expressões identitárias. Portanto, questionam abertamente a desigualdade do cenário, frequentemente se organizando em movimentos coletivos para tal. |
| Harmônicos | Tendem a concordar com os questionadores, no sentido de desejarem uma comunidade <i>gamer</i> inclusiva para todos. Porém, não gostam de conflitos, e preferem estratégias evasivas, como silenciar e bloquear agressores, a mobilizações mais abertamente combativas. |
| Ocasionais | Não se consideram membros extremamente engajados da cultura <i>gamer</i> , dividindo quase igualmente seu tempo de lazer entre os videogames e outras mídias. Não se engajam em questionamentos por preferirem manter sua relação com a comunidade apenas como diversão ocasional, e consideram um sinal de prudência não assumir posicionamentos claros nos conflitos sociais do cenário. |
| Escapistas | Participam da cultura de videogames exclusivamente como espaços de fuga da realidade, e rejeitam qualquer debate sobre questões sociais no cenário por considerarem isso uma contaminação de um espaço que deveria ser puramente de lazer. Consideram que nada vai mudar no status quo, e que, portanto, essas mobilizações são fúteis. |
| Memeiros | Entendem os debates sociais nos games como uma disrupção da diversão nesse espaço. Consumidores preferenciais de conteúdos de humor, consideram que as opressões estruturais na cultura <i>gamer</i> podem ser encaradas de um ponto de vista cômico, e que se posicionar seriamente perante elas é uma forma de sabotar a comunidade. |
| Medalheiros | Completamente alinhados ao status quo da cultura <i>gamer</i> , são altamente meritocráticos e compreendem as comunidades de jogos digitais como espaços que demandam merecimento e total concordância com seus valores hegemônicos, inclusive às opressões estruturais presentes no cenário. Sonham ser reconhecidos, socialmente e financeiramente, por suas habilidades e comprometimento com os videogames. |

Tabela 1 - Perfis de *gamers* brasileiros mapeados na Pesquisa Identidade Gamer (2023), adaptados pela autora.

É notável na classificação apresentada pela pesquisa como os aspectos centrais da molecagem se materializam com clareza no discurso de parte dos *gamers* entrevistados, especialmente o escapismo, a defesa da meritocracia, do

auto empreendedorismo e da negação do debate político nas comunidades de jogos digitais. O mapeamento considerou também o alinhamento de cada perfil em relação a dois eixos principais: valores hegemônicos e institucionalização. Foi definido como mais hegemônicos perfis mais conectados com estereótipos residuais dos *gamer*, como o imaginário do fã de videogames como um homem jovem, heterossexual, cisgênero, branco e de classe média.

Dessa forma, o perfil menos hegemônico é formado por pessoas de outras representações, mais alinhadas ao contexto social real brasileiro. Em relação à institucionalização, perfis classificados como mais institucionalizados foram aqueles mais alinhados com as instituições formais da indústria local de jogos digitais, tais como empresas e entidades representativas de classe. Assim, perfis menos institucionalizados são aqueles alinhados a novos grupos e organizações, como coletivos, movimentos sociais, comunidades independentes, etc. A imagem a seguir mostra como os perfis mapeados pelo LIGA (2023) se distribuem em relação a cada um desses eixos.

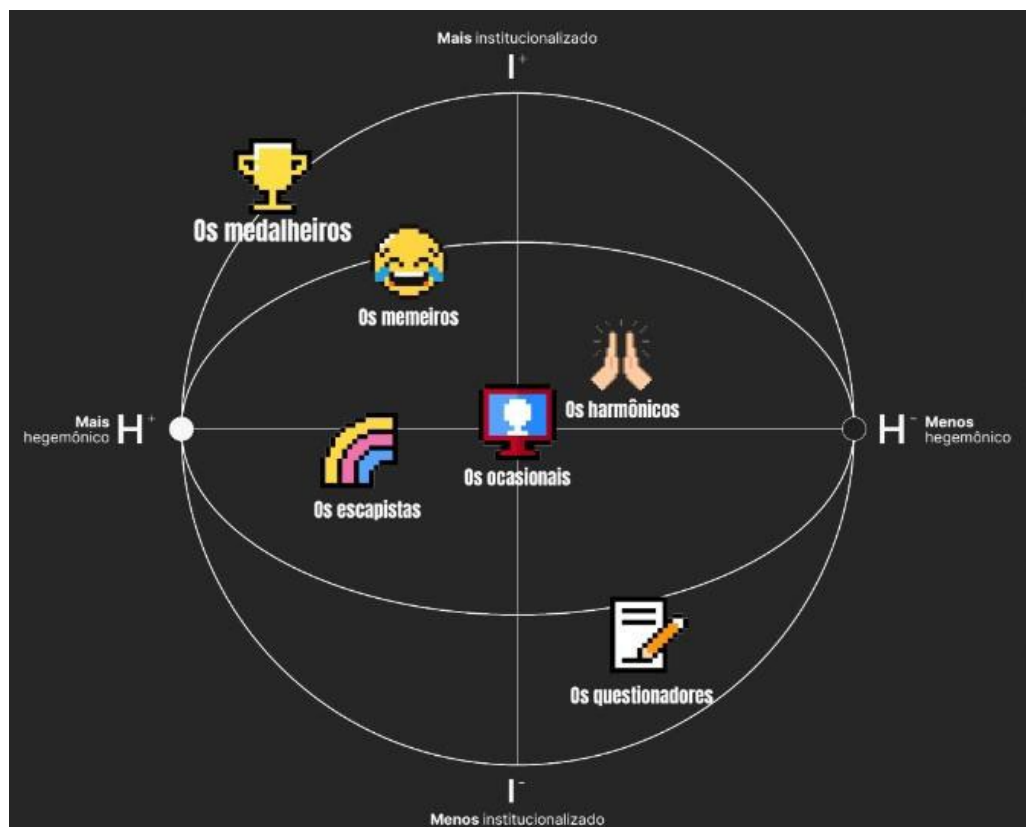


Figura 2 - Alinhamento de perfis de acordo com a Pesquisa Identidade Gamer

É possível observar na imagem acima que, perfis mais conservadores e, portanto, mais alinhados às instituições e discursos vinculados ao *status quo*, são os mais avessos ao debate de questões sociais na cultura *gamer*. A Pesquisa Identidade Gamer (2023) apresenta como esse posicionamento se vincula a discursos apolíticos, em falas de entrevistados como, por exemplo:

“Não tem essa: um comunista e um nazista podem jogar os mesmos jogos;”

“Hoje em dia, todo mundo tem uma opinião superforte sobre tudo. Você não é um robô, você não precisa levar tudo a sério, sabe?”.

Mesmo profundamente alinhados ao status quo, *gamers* de perfis mais conservadores se percebem como rebeldes em uma cultura de jogos digitais que, na opinião deles, nega cada vez mais o propósito puramente escapista dos jogos. Esse posicionamento contraditório, mas profundamente emocional e apaixonado, é central tanto para a cooptação de comunidades *gamers* pela *alt-right*, quanto para a

perpetuação de práticas violentas contra grupos minoritários, com impactos muitas vezes devastadores sobre as *streamers gamer* feministas.

3 DA BARBIE AO MORTAL KOMBAT E DE VOLTA A BARBIE: O FEMINISMO POP DOS ANOS 90 AOS ANOS 2020

A década de 1990 foi um momento fértil para o debate sobre feminismo nos meios de comunicação de massa em geral, não apenas na cultura *gamer*. Enquanto as empreendedoras e pesquisadoras do *Girls' Game Movement* se articulavam e Lara Croft se tornava a primeira protagonista feminina de um jogo digital a ganhar o status de ícone de cultura pop (Jenkins, Cassel, 1998; Donovan, 2010), o movimento *Riot Grrrl* trazia mulheres reivindicando espaço na cena hiper masculina do rock alternativo, as *Spice Girls* falavam em *girl power* para meninas adolescentes, as colegiais guerreiras do anime *Sailor Moon* conquistavam grandes vitórias e audiências e o hoje clássico cult feminista *Thelma & Louise* venciam o Oscar na categoria Melhor Roteiro Original. O ano de 1992 ficou conhecido nos EUA como “O ano da mulher” após a eleição do número recorde de 103 mulheres para o senado estadunidense, impulsionando a presença da pauta feminista na mídia e cultura pop local e globalmente, dada a centralidade dos EUA na economia cultural mundial (Zeisler, 2016).

Estas movimentações foram um ponto de partida importante para a aproximação entre feminismo e mídias de massa, mesmo que também marcadas por contradições e estereótipos – como mostra o debate sobre a real representatividade dos jogos produzidos pelo *Girls' Game Movement*, apresentado no capítulo anterior (Eisenberg, 1998). Os anos 1990 iniciaram um movimento de construção de uma abordagem midiática para o feminismo que é central no entendimento do cenário cultural onde as *streamers* de games analisadas nesta tese trabalham e comunicam suas visões políticas. Apresento então neste capítulo um panorama geral dessa trajetória, com o objetivo de contextualizar o ativismo feminista nas mídias sociais hoje, assim como seus desafios e contradições.

3.1 DO BACKLASH AO GIRL POWER

Em 1991 a jornalista estadunidense Susan Faludi publicou o livro *Backlash: The Undeclared War Against American Women*, em que apresentou um panorama da abordagem midiática do feminismo nos EUA dos anos 1980. A autora analisou detalhadamente reportagens que usam técnicas como linguagem enviesada e

distorção estatística para responsabilizar os movimentos feministas, que haviam avançado significativamente durante a década de 1970, pela suposta infelicidade e solidão das mulheres estadunidenses.

O livro é importante por apresentar o conceito de *backlash* – uma reação retrógrada às pautas progressistas que mobiliza táticas como culpabilização e distorção de informações – como central para entender a relação entre feminismo e mídia. Além de refutar com dados as teses mais comuns dessas reportagens sensacionalistas (tais como: o feminismo provocaria uma “epidemia de infidelidade”, queda nas taxas de natalidade e casamentos e aumento de doenças psicológicas entre mulheres), Faludi demonstrou como esse tipo de pânico moral se repete historicamente após ciclos de conquistas por parte de movimentos sociais (Faludi, 2006).

O argumento central usado na estratégia de comunicação por partidários do *backlash* é estruturado em torno de uma contradição notável em relação às conquistas femininas: ao mesmo tempo em que afirmam que o feminismo não é mais necessário, pois as mulheres já teriam alcançado as condições necessárias para a independência e felicidade plena, as reportagens analisadas por Faludi também apontam para um suposto sofrimento feminino causado por essas mesmas conquistas.

Como podem as mulheres americanas terem tantos problemas ao mesmo tempo em que deveriam ser tão abençoadas? Se o status das mulheres nunca foi tão alto, por que seu estado emocional está em baixa? Se as mulheres conseguiram o que pediram, qual seria problema agora? O senso comum da década passada considera uma, e apenas uma, resposta correta para esta charada: deve ser toda essa igualdade a causa desse sofrimento. As mulheres estão infelizes justamente porque estão livres. As mulheres foram escravizadas pela sua própria liberação. Elas agarraram o anel dourado da independência apenas para perderem o único anel que realmente importa. Elas conquistaram o controle de suas fertilidades apenas para destruí-las. Elas correram atrás de seus sonhos profissionais — e se perderam na mais grandiosa aventura feminina. O movimento feminista, como é repetidamente dito para nós, se provou o pior inimigo das mulheres²⁵. (Faludi, 2006)

²⁵ No original: “How can American women be in so much trouble at the same time that they are supposed to be so blessed? If the status of women has never been higher, why is their emotional state so low? If women got what they asked for, what could possibly be the matter now? The prevailing wisdom of the past decade has supported one, and only one, answer to this riddle: it must be all that equality that’s causing all that pain. Women are unhappy precisely because they are free. Women are enslaved by their own liberation. They have grabbed at the gold ring of independence,

Backlash foi um sucesso de vendas, se tornando uma referência na crítica cultural feminista em um momento em que outras produções do gênero também ganharam destaque além dos círculos acadêmicos. A consolidação do campo dos estudos de fãs, amplamente influenciado pelos estudos culturais feministas e com análises em profundidade da participação feminina na cultura pop, acontece no mesmo período com a publicação de obras como *Invasores do Texto*, de Henry Jenkins em 1992, onde o autor analisa fenômenos como a produção de fanfics com temática homossexual por mulheres fãs da franquia *Star Trek* (Jenkins, 2015).

Outro exemplo de produção teórica feminista que ganhou visibilidade pop no mesmo período é o livro *Men, Women and Chainsaws: Gender in the Modern Horror Film* (Clover, 2015), também publicado em 1992, onde a autora Carol J. Clover analisava a representação feminina em filmes de terror dos anos 70 e 80. O livro apresentou o conceito de *final girl* (a última sobrevivente, sempre uma mulher jovem) nos filmes de terror *slasher*, hoje bastante popular entre fãs do gênero, e inspirou a franquia de filmes *Pânico* (*Pânico* [...], 1996). A produção teórica do *Girls' Game Movement* também está inserida nesse contexto.

Os anos 1990 foram então um momento em que o feminismo foi abordado pela grande mídia em uma perspectiva mais positiva que a da década anterior, mesmo que ele não fosse sempre representado em toda a sua amplitude crítica. Em paralelo, a indústria cultural reconhecia a existência e o potencial comercial de um público de mulheres que desejava mais do que representações estereotipadas e submissas de feminilidade.

Surgiram movimentos culturais espontâneos, como o *Riot Grrrl*, um desdobramento das cenas punk e grunge em que mulheres musicistas formaram bandas para cantar letras abertamente feministas e demandar espaço em um cenário dominado por homens e por performances agressivas de masculinidade. Por outro lado, surgiram produtos culturais claramente focados em explorar essa efervescência de forma mais alinhada aos propósitos comerciais da mídia *mainstream*, como o grupo de música pop *Spice Girls*. Enquanto as *Riot Grrrls* operavam por meio do “faça você mesmo”, se encarregando de sua própria

only to miss the one ring that really matters. They have gained control of their fertility, only to destroy it. They have pursued their own professional dreams—and lost out on the greatest female adventure. The women's movement, as we are told time and again, has proved women's own worst enemy.” (Tradução minha)

divulgação em publicações independentes, as *Spice Girls* proclamavam a ideia de *Girl Power* em grandes emissores de TV e produtos licenciados, mediadas por uma grande equipe de empresários e produtores (Zeisler, 2016).

As *Spice Girls* sintetizam muitos aspectos do processo de consolidação do feminismo na cultura pop nas últimas décadas. Fundado em 1994 pelo empresário Simon Fuller (criador o *reality show American Idol*) o grupo foi idealizado como uma espécie de resposta pop ao *Riot Grrrl*, cujo feminismo combativo motivou uma campanha de difamação por parte de publicações especializadas em música no período (Zeisler, 2016). A banda foi composta por meio de audições que selecionaram mulheres para se encaixarem em personas pré-moldadas: Sporty (a esportiva), Scary (a “mandona”), Baby (a doce e jovial), Posh (a esnobe e aristocrática) e Ginger (a ousada). O discurso das “Spices”, em letras de canções e entrevistas, se apropriava do *slogan “Girl Power!”* popularizado em *zines* das *Riot Grrrls*, mas traziam sua mensagem para um contexto comercial e normativo: a de que o poder feminino não viria do enfrentamento ao patriarcado, mas sim do cultivo do amor-próprio e da amizade entre mulheres.

Mas a diferença significativa era que enquanto a visão de empoderamento das *Riot Grrrls* era inerentemente autossuficiente – Por que não começar uma banda ou fazer uma zine com suas amigas? – o *girl power* estava centrado no empoderamento pela via do mercado. O que *girl power* significava em um mundo pós *Riot Grrrl* era simplesmente qualquer coisa que elevasse as garotas ao status de consumidoras²⁶. (Zeisler, 2016)

As *Riot Grrrls* denunciavam opressões estruturais às mulheres e se envolviam diretamente em causas sociais, como o movimento pelo direito ao aborto, reconhecendo a necessidade de mobilização política para a conquista e manutenção de direitos femininos. Já as *Spice Girls*, com seu foco no empoderamento pelo consumo, estavam mais alinhadas a uma corrente que também ganhou força nos anos 90, o pós-feminismo. Representado no período principalmente pela teórica Camille Paglia, o pós-feminismo parte de um pressuposto parecido com o contestado por Faludi (2006) em *Backlash*: que as mulheres supostamente já haviam conquistado plenas condições de igualdade em relação aos homens e de

²⁶ Tradução minha. No original: “But the significant difference was that where *Riot Grrrl*’s vision of empowerment was inherently self-sufficient—Why not start a band or make a zine with your friends? — *girl power* was centered on empowerment by way of the market. What *girl power* meant in a post-*Riot Grrrl* world was simply whatever elevated girls as consumers.”

que o feminismo seria fundamentado em uma visão vitimista e prejudicial às mulheres, às tornando excessivamente frágeis, antipáticas e paranoicas (Zeisler, 2016). Assim, bastava uma atitude mais positiva, como a do *girl group* britânico, para que as mulheres pudessem desfrutar dessa suposta igualdade, principalmente por meio da compra de produtos que expressassem seu poder feminino.

Além desta retórica “anti-vitimização”, outro elemento constante do discurso de pós-feministas como Paglia era a crítica ao politicamente correto, de forma similar ao que acontece hoje entre detratores dos movimentos sociais em ambientes *online*, como os membros da *alt-right*. Se apropriando da autocrítica feminista feita por autoras como Jo Freeman – que denunciou práticas de agressão e exclusão entre feministas em seu clássico artigo “*Trashing: The Dark Side of Sisterhood*”, publicado na revista feminista *Ms.* em 1976 (Freeman, 1976) – Paglia e outras pós-feministas acusavam o movimento pelo direito das mulheres de policiamento ideológico e agressões contra dissidentes, mesmo que elas mesmas usassem seu espaço na mídia para expor de forma agressiva feministas com quem tivessem discordâncias ideológicas (Zeisler, 2016).

A roupagem pop pós-feminista do *girl power* procurava se distanciar do embate ideológico, pouco interessante para alimentar as vendas de álbuns e produtos licenciados, e focar em aspectos mais festivos desta corrente ideológica: a ideia de que a felicidade feminina estava acessível por meio do amor-próprio e do cultivo de uma marca pessoal poderosa, sem necessidade de envolver em movimentos políticos e de se frustrar com as injustiças sociais vivenciadas pelas mulheres. Já então, a ideia de “empoderamento” era essencial para a construção de um feminismo baseado em consumo, chamado por vezes de feminismo de mercado (Januário, 2021) ou *lipstick feminism*.

3.2 AS TRANSFORMAÇÕES DO EMPODERAMENTO

O termo “empoderamento” é frequente no discurso feminista atual em plataformas de redes sociais. Neste contexto, ele aparece para definir práticas de construção de autonomia entre e para mulheres, muitas vezes em uma perspectiva bastante individual. O significado de empoderamento é amplo o bastante para descrever, por exemplo, tanto iniciativas de valorização de empreendedorismo feminino em regiões periféricas quanto o ato de postar um retrato usando biquíni em

uma rede social. Este último uso é o resultado de um movimento de posicionamento feminista pelo consumo que se intensificou a partir dos anos 90 por meio de abordagens midiáticas como o pós-feminismo e o *girl power*, que encontrou um ambiente fértil para propagação nos algoritmos orientados à perfis individuais das plataformas de produção de conteúdo e mídias sociais. Porém, originalmente, o conceito de empoderamento era muito mais próximo do faça-você-mesma das *Riot Grrrls* do que dos conselhos de autoaprimoramento das *Spice Girls*.

Segundo Andi Zeisler (2016) o conceito de empoderamento só começou a ser usado como sinônimo para autoestima e conquistas femininas, quase sempre financeiras, no final da década de 70 e início da de 80. Até então, o termo estava mais vinculado aos campos de assistência social e ao acesso de serviços públicos por comunidades vulneráveis, sendo um de seus primeiros usos o livro "*Black Empowerment: Social Work in Oppressed Communities*", de Barbara Bryant Solomon. Lançado em 1976, o livro foi a primeira obra a mencionar o conceito publicada nos EUA, e descrevia estratégias de auto-organização para assistentes sociais trabalhando em comunidades negras.

A partir de sua publicação, o termo se popularizou especialmente entre pesquisadoras do Sul Global por definir práticas de resistência às abordagens verticais de justiça social que são frequentemente impostas a comunidades minoritárias, como as de mulheres vivendo em países às margens do capitalismo globalizado. Empoderamento então significaria a possibilidade de construir modelos de autogestão entre pessoas oprimidas que respeitassem suas necessidades e hierarquias locais. Zeisler destaca que, então, não havia uma definição estática de empoderamento, e que a IV Conferência Mundial Sobre a Mulher das Nações Unidas, realizada em Pequim no ano de 1995 foi importante para a consolidação do termo na retórica feminista, sendo ele citado no item 7 do documento de Declaração e Plataforma de Ação do encontro.

7. Dedicar-nos-emos sem reservas a afrontar essas limitações e obstáculos e, portanto, a incrementar ainda mais o avanço e o empoderamento das mulheres em todo o mundo e concordamos em que isto exige uma ação urgente, com espírito de determinação, esperança, cooperação e solidariedade, agora e para conduzir-nos ao próximo século. (ONU, 1995)

A popularização do empoderamento coincidiu com a expansão do feminismo de terceira onda que, ainda segundo Zeisler (2016), é definido pela amplificação das definições de práticas feministas como forma de acolher identidades diversas e expressões locais que muitas vezes foram excluídas de correntes predecessoras, bastante centradas no Norte Global. Porém, com a popularidade crescente do feminismo de mercado alimentado pela onda pop dos anos 90, houve uma extrapolação desta lógica para a ideia de que qualquer prática que promovesse bem-estar feminino, independentemente de ser ou não relacionada à busca de transformação social ou política, seria uma forma de empoderamento, e logo, de feminismo.

Outra questão segundo a autora é que a palavra “empoderamento” foi adotada pela mídia *mainstream* estadunidense como um eufemismo para “feminismo”, uma forma de responder ao interesse crescente do público de mulheres em discutir suas demandas sem precisarem se vincular à ruptura com o status quo proposta pelo feminismo em si. Seguindo a mesma lógica de exploração de nicho que os veículos de imprensa, a publicidade também passou a explorar o empoderamento feminino o definindo com uma prática de autoaprimoramento e construção de autoestima por meio de consumo e de conquistas profissionais. O início dos anos 2000 consolida o conceito no vocabulário público.

De acordo com o Google Trends, a palavra “empoderamento” alcançou um pico em 2004 e 2005, na medida em que se tornou mais profundamente infiltrada por toda a parte – discurso feminista, mercado consumidor, cultura corporativa. “Empoderamento” se juntou à “sinergia”, “escalável” e “drill-down” em reuniões de diretoria, declarações de visão de marca e planos de negócios, e foi eventualmente chamado de “o verbo-transitivo mais condescendente de todos” pela Forbes. Se tornou o nome de uma variedade de negócios, um evento *fitness* nacional, e um número quase enlouquecedor de estúdios de yoga. Se tornou um dos favoritos no jargão corporativo da Microsoft, com os ex e atual CEOs Steve Ballmer e Satya Nadella ambos usando o termo para efeitos impressionantemente vagos em relatórios e aparições públicas. (No evento anual da Microsoft, Convergence, em 2015, Nadella declarou aos presentes que “Nós estamos empoderando negócios”, e adicionou que o objetivo da gigante da tecnologia era “empoderar vocês como indivíduos e organizações através de toda posição e de todo tamanho de negócios, e em qualquer parte do mundo, para que persigam seus planos e façam as coisas que querem para seus negócios”)²⁷. (Zeisler, 2016, tradução minha)

²⁷ No original: “According to Google Trends, the word “empowerment” hit a high in 2004 and 2005, as it became more deeply entrenched everywhere—feminist discourse, consumer marketing, corporate

O empoderamento é um conceito complexo que hoje se localiza na intersecção entre práticas ativistas e de consumo, sintetizando suas contradições e convergências. Soraya Januário (2021) apresenta uma discussão detalhada do debate acadêmico em torno da prática do *femvertising* (como ficou conhecida a publicidade centrada em temas feministas) e do feminismo de mercado, termo preferido pela autora. Januário considera as preocupações de teóricas do campo com a apropriação do empoderamento pelo universo do marketing justificadas, pois a comunicação das empresas privilegia o consumo individual como substituto da movimentação coletiva por transformação social. Porém a autora defende que o feminismo de mercado não pode ser classificado como meramente bom ou ruim, considerando que o consumo é uma prática social central no atual estágio do capitalismo, e que a publicidade é um campo fundamental da comunicação.

Assim, Januário reconhece ambivalências no feminismo de mercado, que apaga a dimensão política e coletiva do ativismo ao centralizá-lo em decisões individuais de compra e construção de autoimagem, mas também é fundamental para impulsionar a discussão sobre direitos das mulheres na esfera pública, por causa da presença massiva da publicidade nos espaços midiáticos. O contato com peças publicitárias feministas, por exemplo, deixou o público mais crítico às mensagens da publicidade tradicional e mais propenso a pressionar marcas e empresas que promovem publicamente imagens e discursos misóginos.

Um exemplo desse fenômeno é a popularização da prática de *culture jamming* nas redes sociais. Consolidado nos anos 80, o *culture jamming* é uma forma de protesto feito por meio da interferência em mensagens publicitárias, com o objetivo de alterar seu sentido ou expor suas contradições. Nas redes sociais, a tática se reconfigurou em convergência com a cultura digital, permitindo aos usuários ironizarem e cobrar posicionamento de marcas ao mesmo tempo em que

culture. 'Empowering' joined 'synergy,' 'scalable,' and 'drill-down' in boardroom conferences, vision statements, and business plans, and was eventually called 'the most condescending transitive verb ever' by Forbes. It's become the name of a range of businesses, a national fitness event, and an almost mind-boggling number of yoga studios. It's become a company-jargon fave at Microsoft, with former and current CEOs Steve Ballmer and Satya Nadella both using it to impressively vague effect in memos and public talks. (At Microsoft's annual Convergence event in 2015, Nadella told attendees, 'We are in the empowering business,' and added that the tech giant's goal was 'empowering you as individuals and organizations across every vertical and every size of business, and any part of the world, to drive your agenda and do the things you want to do for your business.')

usam o humor e a capacidade de replicação e espalhamento dos memes para ampliar sua mensagem (Ramos, 2024). Um caso que se tornou conhecido no Brasil foi a campanha da marca de cerveja Skol no Carnaval de 2015, que provocou reações negativas com seu *slogan* “Esqueci o não em casa”, que pode ser interpretada como apologia ao estupro. Cartazes com a frase sofreram intervenções de mulheres feministas, que publicaram fotos da ação nas redes sociais e iniciaram assim um intenso movimento de repúdio, o que levou a Skol a retirar a campanha de circulação (Martinho, 2015) e se reposicionar com campanhas mais inclusivas ao público feminino (Botelho, 2019).

A tradução do conceito de empoderamento, incluindo suas contradições, em práticas da cultura digital é central para o posicionamento do feminismo na cultura pop nos últimos anos, especialmente a partir da década de 2010. É a partir das *affordances* das plataformas de mídias sociais que uma nova rede de mulheres feministas se configurou e consolidou suas estratégias. Os tensionamentos entre feminismo e pós-feminismo continuam presentes, porém agora estruturados por algoritmos e lógicas de engajamento que se somam a ideia de que ter uma marca pessoal e ser uma figura pública, com uma plataforma própria, é algo acessível para qualquer mulher com acesso à internet.

3.3 EMPODERAMENTOS DIGITAIS

As plataformas de mídias sociais permitem que cada usuária comunique seus interesses e crenças diretamente ao público, sem as camadas de mediação e acesso de veículos como a TV e as revistas femininas. Com o crescimento da pauta feminista na esfera pública mediado pela mídia de massa e pela publicidade, muitas mulheres começaram a usar as redes sociais para discutirem seu interesse no tema. Este fenômeno não ficou restrito ao feminismo em si, e movimentos sociais diversos passaram a estar no centro de grandes redes de interações e engajamento, se tornando um ativo importante para ações de publicidade e marketing (Miranda e Domingues, 2018). Logo, causas sociais como o feminismo foram integradas ao trabalho de visibilidade (Abidin, 2016) como elementos de posicionamento de identidade e autenticidade nas redes sociais.

A construção de uma marca pessoal forte nas plataformas digitais é condicionada pelos sistemas de recomendação algorítmica, nos quais é importante

ser classificada em parâmetros claros que se alinhem aos nichos temáticos já mapeados e estabelecidos. Os algoritmos categorizam os interesses de usuários e os reforçam por meio da recomendação de conteúdos similares. Assim, certas pautas e representações do feminismo são privilegiadas ou prejudicadas de acordo com suas métricas de engajamento, e ativistas que desejam ter visibilidade nesses ambientes precisam se adaptar a essas oscilações.

O chamado “feminismo nerd” é um exemplo de tendência impulsionada pela consolidação de nichos nas redes sociais. No exterior, a popularização de sites de notícias focados em leituras feministas de fenômenos da cultura pop, como o *The Mary Sue*²⁸ e *Jezebel*²⁹ cresceram significativamente nas plataformas ao se posicionarem como críticos a movimentos misóginos como o *GamerGate* e aos ataques sofridos por feministas como Anita Sarkeesian. No Brasil, este movimento teve como protagonistas blogs de cultura pop feitos por mulheres, como *Garotas Geeks*³⁰, *Delirium Nerd*³¹, e *Preta, Nerd and Burning Hell*³². E, refletindo as oscilações nas redes, muitos se desarticularam com o fortalecimento de plataformas de redes sociais que privilegiam perfis – na maioria das vezes centrados em uma única criadora – sobre sites coletivos. O fortalecimento das redes sociais marca também a ascensão da figura da influenciadora digital de estilo de vida, como as blogueiras mapeadas por Karhawi (2021). Se as revistas femininas foram os grandes guias midiáticos de feminilidade nos séculos XIX e XX (McRobbie, 2020), as influenciadoras são as grandes referências dos parâmetros desejáveis do ser mulher a partir dos anos 2010.

Com o objetivo de entender como as diferenças entre influenciadoras e ativistas são entendidas por mulheres que atuam politicamente nas redes sociais, Christina Scharff (2023) entrevistou 30 criadoras de conteúdo que se apresentam publicamente como ativistas. As participantes associaram as influenciadoras principalmente à monetização enquanto o trabalho de ativismo é visto como mais desinteressado dos ganhos financeiros e motivado apenas pela convicção política. Porém, apesar desta dicotomia, o mesmo levantamento identificou a monetização como uma prática central no ativismo digital, já que a maior parte das entrevistadas

²⁸ Disponível em: <https://www.themarysue.com/>

²⁹ Disponível em: <https://www.jezebel.com/>

³⁰ Disponível em: <https://www.garotasgeeks.com/about/>

³¹ Disponível em: <https://deliriumnerd.com/>

³² Site inativo, mas com perfil no Instagram: <https://www.instagram.com/pretaenerd/>

tem ou planeja ter algum retorno financeiro com sua presença online. Para Scharff, esta contradição demonstra que o autoempreendedorismo é tão profundamente implicado nas práticas de visibilidade nas redes sociais que o contraste entre influenciadoras orientadas pelos lucros e ativistas orientadas pelos ideais não é percebido pelas próprias ativistas como paradoxal. Evitando uma leitura moralista do que seria um ativismo “puro”, a pesquisadora reitera que, para existirem nas plataformas digitais, as práticas ativistas precisam se adaptar às suas lógicas, sendo assim impossível estarem à parte das dinâmicas econômicas que organizam estas estruturas.

Outro ponto relevante identificado por Scharff é que as entrevistadas alinhavam o conceito de ativista com a ideia de fazer coisas boas, o que a pesquisadora considera equivalente a entender o ativismo dentro de um padrão de perfeição, que exige sacrifícios pessoais e uma conduta tida como irrepreensível pelo benefício da causa. A pesquisadora considera esta uma visão meritocrática e também autoempreendedora, que fomenta competição entre ativistas.

Nos ambientes digitais, o ideal de perfeição das ativistas apaga as aproximações e vulnerabilidades que afetam tanto às mesmas quanto às influenciadoras, tornando mais difícil a construção de laços de solidariedade e mobilizações articuladas entre grupos e alimentando disputas em torno de autenticidade e visibilidade. Fenômenos típicos da cultura digital, como o *cyberbullying* e o cancelamento³³ (Govari, Vieira, Tasbanik, 2024), são impulsionados por essas tensões. A figura da ativista feminista digital emerge como altruísta, dedicada, bem-informada, com uma imagem pública atraente e conduta ativista ilibada. É um imaginário próximo da mulher pós-feminista supercompetente e desejável (McRobbie, 2020), reimaginado para um contexto em que o alinhamento com pautas sociais é parte importante da marca pessoal.

Por isso, apesar da resistência das ativistas ao termo, os papéis de influenciadora e ativista muitas vezes se confundem, e as narrativas pessoais dessas figuras se misturam às suas demandas de transformação da coletividade. A conquista de visibilidade por parte de uma influenciadora/ativista pode ser enquadrada como uma narrativa de superação de dificuldades e de opressões

³³ Prática de ativismo recorrente na cultura digital dos últimos anos, que consiste em denunciar a má conduta de uma pessoa ou marca e convocar um boicote a ela como resposta. Embora seja uma ferramenta válida de ativismo em muitos contextos, também pode ser mobilizado como tática de *cyberbullying* e difamação.

estruturais – ou seja, de empoderamento – por meio do apoio espontâneo das redes. E, se por um lado essa leitura sugere uma ascensão meritocrática e um posicionamento mais pós-feminista de consolidação pelos próprios recursos, por outro as redes sociais de fato ajudaram a viabilizar e garantir retorno financeiro ao trabalho de ativistas que não conseguiriam o mesmo por outros meios, como o próprio mapeamento de Scharff (2023) demonstrou. A visibilidade é uma moeda fundamental nas plataformas digitais. E as narrativas de superação e visibilidade são centrais nas representações de feminismo na cultura pop atual.

3.4 RESILIÊNCIA E SUPERAÇÃO

Embora o fenômeno das Spice Girls tenha tido seu auge nos anos 90, a relação entre cantoras de música pop e disseminação de ideias feministas pela grande mídia permaneceu nos anos 2000 em diante. Robin James (2015) analisa como o feminismo pop após os anos 2010 traz um novo enquadramento em adição ao empoderamento: a resiliência. James contextualiza o discurso de exaltação da resiliência localizando-o no que ela chama de *MrWasP*, um acrônimo para *Multirracial White Supremacist Patriarchy* (Patriarcado multirracial e supremacista branco), que a pesquisadora define como a versão atual da estrutura capitalista patriarcal, colonial e racista, reconfigurada para melhor acomodar o cenário globalizado do capitalismo tardio. De acordo com a autora, pessoas de minorias (de gênero, etnias, classe etc.) são aceitas nas estruturas de poder no *MrWasP* desde que sejam capazes de expressar e disseminar os valores dominantes do status quo. E a maior ferramenta para essa tarefa é a resiliência.

Para James, a resiliência consiste na capacidade de reconhecer um dano sofrido, torná-lo público e assim superá-lo, convertendo esse dano em algum tipo de capital (social, financeiro, cultural etc.) por meio da visibilidade. Mais do que superar, James fala em usar esse dano como impulso para prosperar no contexto do *MrWasP*. Como exemplos desse tipo de discurso na cultura pop, a pesquisadora cita as cantoras Lady Gaga e Beyoncé, que retratam em seus cliques situações em que os danos causados pelo patriarcado, tais como objetificação e assédio, são expostos para a seguir serem espetacularmente superados pelas artistas, por meio de imagens como o assassinato dos agressores pelas mãos das mesmas. Porém, é possível encontrar exemplos desse enquadramento resiliente, que James chama de

L.O.I. (acrônimo para “Look, I overcame!”, cuja tradução é “Veja, eu superei!”) em outros produtos da cultura pop contemporânea – filmes, séries de TV e jogos – especialmente produtos culturais com temática feminista, como, por exemplo, o filme “Barbie” (Barbie [...], 2023). Nele, é exposto como o patriarcado prejudica a boneca protagonista e suas aliadas, e a superação desse dano se dá pela exploração de características desse mesmo sistema, como a competitividade masculina. Após exporem sua vulnerabilidade, as protagonistas emergem da crise renovadas e fortalecidas, em uma típica narrativa L.O.I.

A resiliência é então equiparada ao empoderamento, à capacidade das mulheres de se fortalecerem apesar da opressão patriarcal. James destaca que as narrativas de resiliência constantemente exaltam uma perspectiva individualista de resistência, opondo boas mulheres, as resilientes, às más mulheres, aquelas que não possuem capacidade ou vontade de tornar visíveis os danos sofridos para capitalizá-los. Neste segundo grupo estão aquelas mais vulneráveis entre a população feminina, aquelas que não conseguem conquistar visibilidade ou superar as feridas geradas pelo *MrWasP*.

Por isso, outro aspecto importante da resiliência do feminismo pop pós 2010 é que, apesar de reconhecer os danos que o contexto social infringe aos grupos minoritários, esses danos são muitas vezes representados justamente por pessoas mais vulnerabilizadas nas estruturas de poder. James (2015) cita como o exemplo o fato de os homens retratados como misóginos em clipes de música pop constantemente apresentarem características de homens negros urbanos, enquadrados como “gangsteres” pela mídia mainstream.

Assim, a autora conclui que, embora o discurso midiático dominante tenha absorvido elementos da retórica pró-inclusão para melhor se adaptar à sociedade globalizada e às necessidades do mercado atual – onde a força de trabalho de minorias é um ativo importante – a inclusão só é viabilizada mantendo as dinâmicas de opressão contra segmentos vulneráveis que não são percebidos como produtivos na lógica do capitalismo tardio. Mulheres brancas de classe médias são incluídas enquanto homens negros seguem discriminados, por exemplo. Ou homens e mulheres negros empreendedores são celebrados como exemplos de superação em relação a pessoas negras entendidas dentro de estereótipos de não produtivas, como mães solteiras que dependem da assistência social ou homens de estilo “gangster”.

Angela McRobbie (2020) parte da análise de James para propor uma articulação que considera central no feminismo midiático contemporâneo, chamada por ela de p-i-r (perfeição - imperfeição - resiliência). Para a autora, a busca e cobrança pela perfeição estrutura tanto a revolta feminista, que reconhece e critica seus efeitos, quanto um forte discurso de autorresponsabilização. Motivadas pela retórica do empoderamento, as feministas usam a ideia de responsabilidade pessoal para organizar a resistência contra o patriarcado por meio do autoaprimoramento: ascender socialmente pelos estudos, se fortalecer fisicamente e psicologicamente por meio de autocuidado, iniciar negócios próprios etc.

McRobbie (2020) vê essa estratégia como uma tática individualista, que desloca os efeitos do patriarcado de sua estrutura social e gera mais pressão para perfeição entre as mulheres, mesmo as feministas. A pesquisadora entende esse deslocamento como um efeito de uma abordagem ultraliberal nas práticas de assistência social a partir dos anos 2000, quando iniciativas focadas em políticas coletivas são substituídas por abordagens focadas no desenvolvimento individual. Por exemplo, em vez de buscar junto ao poder público a geração de postos de trabalho para o público feminino, oferecer cursos de edição de currículo e adequação de imagem para mulheres pobres visando aprimorar sua performance na busca de empregos.

Por meio da valorização da responsabilidade pessoal, do autoaprimoramento de viés empreendedor e do autocuidado – associados constantemente ao conceito de empoderamento – as mulheres feministas (especialmente aquelas que ocupam posições mais privilegiadas, como brancas de classe média) se sentem pressionadas a reagirem de forma individual aos danos causados pelo patriarcado, ao mesmo tempo em que buscam formas de instrumentalizar esses danos como pontos de partida para a sua superação, que deve ser visibilizada ao máximo. Esse tipo de pressão também é presente na performance pública como mulher feminista, especialmente nas redes sociais, onde as mulheres procuram manter uma imagem alinhada ao que entendem como esperado de uma boa ativista, se policiando e policiando suas pares neste sentido. McRobbie entende que as narrativas L.O.I. mantém essas mulheres pressionadas a se apresentarem sempre em uma versão otimizada e resiliente, gerando comparações com feministas que não conseguem, ou não desejam, ocultarem suas fragilidades ou sua dor em uma roupagem mais “produtiva”.

Ao mesmo tempo, falhar na manutenção dessa autorresponsabilização e autocuidado é também um ponto de partida para a admissão e superação pública da própria fragilidade. A imperfeição aparece como uma forma de equilibrar essa pressão social por meio da denúncia e da exposição pública de vulnerabilidades, que é constantemente usada por feministas contemporâneas como forma de divulgação de ideias e construção de solidariedade – por exemplo, movimentos virtuais como o *#MeToo*, denunciando homens abusivos; e a hashtag *#BodyPositivity*, expondo a opressão dos padrões de beleza e celebrando corpos não alinhados aos mesmos.

Desde que a vulnerabilidade seja convertida em capital por meio da visibilidade, não há problema em ser vulnerável. Porém, não conseguir converter esse dano em capital, admitindo publicamente a derrota frente às agressões patriarcais, é acompanhado de um enquadramento midiático de falha, e constantemente ostracizado pela mídia. Assim, mulheres mais vulneráveis, ou que expressam a extensão dos efeitos das agressões patriarcais sem atenuá-las com narrativas de superação, são inviabilizadas ou consideradas difíceis, as “más feministas”.

Perfeição e imperfeição então atuam em um tensionamento que estrutura a maior parte do feminismo midiático, que McRobbie entende como desmobilizante porque precisa da manutenção da opressão para continuar em circulação, e porque enfrenta essa opressão majoritariamente por meio de discursos de vitimização (essenciais às narrativas de superação). Deste tensionamento emerge a resiliência, como forma de se apropriar do dano e transformá-lo em capital. Para McRobbie, a retórica p-i-r não confronta efetivamente o patriarcado porque precisa ser alimentada pelas feridas que ele infringe.

James (2015) considera que a resistência à resiliência acontece por meio da melancolia. Enquanto a resiliência seria a capacidade de converter a opressão do *MrWasP* em capital por meio da visibilidade, a melancolia seria uma recusa em prosperar nestes termos. A pesquisadora considera melancólicas mulheres que se rejeitam ou não conseguem converter narrativas de opressão em superação, no sentido de prosperar por meio das crises. James também define a melancolia como “um investimento na morte”, enquanto a resiliência seria um investimento na vida, se apropriando da biopolítica *focaultiana* para propor essa dicotomia. Assim, vida e

morte aqui não são entendidas no seu sentido biológico, mas sim pela sua relação com o produtivismo capitalista: a vida seria os meios de prosperar no mercado, enquanto a morte seria a recusa a essa prosperidade. Em um exemplo dado pela autora, uma mulher deixar de investir na carreira para cuidar de sua saúde seria uma atitude melancólica porque tira o investimento do que geraria o lucro capitalista e o direciona para seu bem-estar.

Assim, uma mulher recusar expor sua vulnerabilidade como forma de superação é uma forma de melancolia. Porém, essa seria uma prática completamente contrária ao modelo de denúncias de agressões disseminado entre feministas nas redes sociais hoje, já que essas exposições convertem os danos (agressões) em capital (engajamento, relevância na plataforma) por meio da visibilidade.

Outra forma de melancolia é denunciar publicamente a impossibilidade de prosperar em um mercado capitalista, mesmo que aparentemente inclusivo, quando se recusa a jogar de acordo com os seus termos. Quando uma feminista nega a possibilidade de usar os mecanismos de inclusão do *MrWasP* – como o feminismo focado em empoderamento individual ou as dinâmicas de denúncia nas redes sociais – ela comete um ato de melancolia. De acordo com James, no feminismo pop atual boas garotas são resilientes e garotas más se negam a superar. Nessa negativa, elas tiram a atenção de sua responsabilidade pessoal e a devolvem para os danos gerados pela opressão social, denunciando, e assim se tornam assim figuras menos midiáticas e atraentes em uma perspectiva de feminismo de mercado.

4 ÉTICA DE TRABALHO NA CULTURA *GAMER* E SEUS IMPACTOS NAS TRABALHADORAS MULHERES

O trabalho no mercado de jogos digitais frequentemente é apresentado como a oportunidade de estar entre profissionais extremamente qualificados em escritórios lúdicos. Associado ao mesmo tempo ao ambiente criativo da indústria de entretenimento e ao clima informal das empresas de tecnologia, o trabalho na área de games é retratado como uma meta profissional que atrairia uma nova classe de trabalhadores mais especializados, independentes, adaptáveis, criativos, e pouco dados a formalidade e aos regulamentos rígidos dos escritórios corporativos tradicionais (Bulut, 2020). Porém, a realidade desses profissionais é mais complexa e frágil do que a imagem de trabalho dos sonhos associada a eles.

Neste capítulo, apresento as ambivalências que caracterizam o trabalho na indústria de jogos digitais, considerando principalmente seus impactos em mulheres que atuam nesse mercado. Como o foco dessa pesquisa são *streamers*, que além de trabalhadoras da área de games são também influenciadoras e atuam em plataformas digitais, apresento aqui primeiramente as questões relacionadas à indústria de desenvolvimento de games em contexto global e local, para, no capítulo seguinte, discutir os aspectos específicos ao trabalho de produtoras de conteúdo de nicho.

Portanto, sustento minha análise do contexto profissional em que atuam as *streamers* feministas no mercado de videogames em três eixos teóricos: os estudos de fãs e celebridades, os estudos de jogos (referidos aqui como '*game studies*', por ser essa a nomenclatura mais recorrente para o campo no Brasil) e os estudos de plataformas. Cada um desses eixos é contextualizado a partir da perspectiva interseccional, de acordo com a abordagem metodológica da roleta interseccional, proposta por Fernanda Carrera (2021).

A perspectiva interseccional tem como princípio o reconhecimento de que, mesmo dentro de grupos minoritários sujeitos à dinâmicas de opressão social, como mulheres, existem diferenças nos impactos dessas estruturas condicionadas pelos múltiplos sistemas de poder que atravessam cada indivíduo. Por isso, não é produtivo situar cada identidade em uma hierarquia de opressões, e sim entender como essas questões se manifestam contextualmente. Carrera propõe a roleta como

um quadro metodológico que permite visualizar esses atravessamentos, e situar as configurações únicas que eles formam caso a caso.

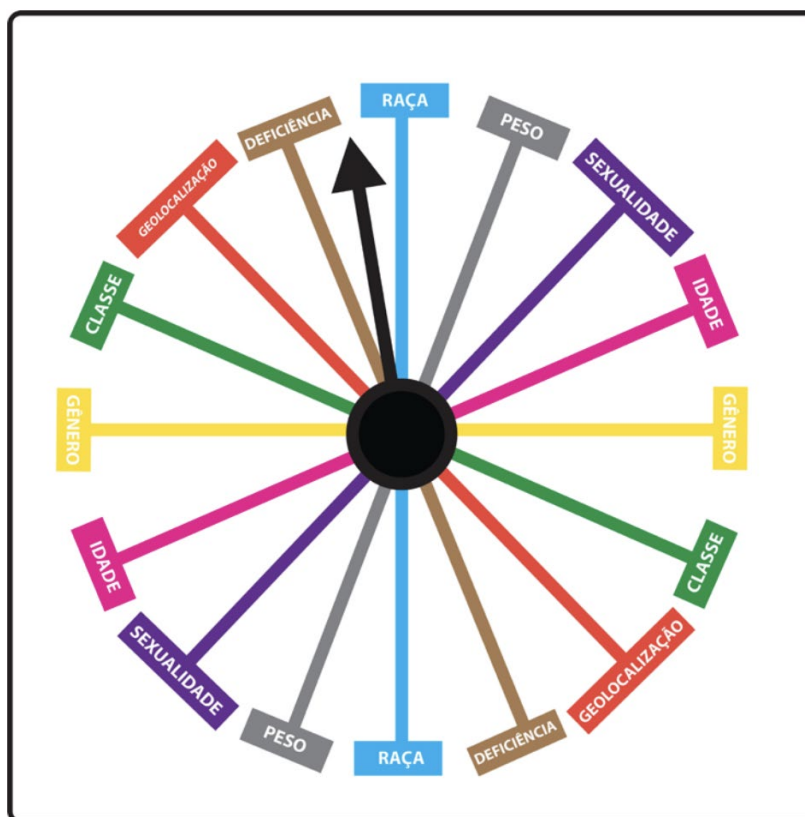


Figura 3 - Roleta interseccional como proposta metodológica para estudos em Comunicação, conforme proposto por Carrera (2021)

Assim, parto da discussão sobre gênero para apresentar um panorama das práticas que constituem a ética de trabalho dominante do mercado de games, motivada tanto pela perspectiva interseccional de minha pesquisa quanto pela centralidade da masculinidade nessas práticas.

4.1 MASCULINIDADE E AMOR AO TRABALHO

Considerando que a indústria de games é uma derivação direta das indústrias militares e de tecnologia (Donovan, 2010), a baixa ocupação de mulheres em cargos na área não é surpreendente. Porém, mesmo com a existência de movimentos que ativamente promovem a entrada de pessoas diversas nas grandes empresas do setor desde meados dos anos 90, a exclusão sistemática de minorias é estruturante

na ética de trabalho nesses espaços, contribuindo grandemente para a manutenção do desequilíbrio entre gêneros na ocupação de vagas. Atualmente, estudos a respeito das condições de trabalho na indústria de games nos permitem identificar, de forma generalizante, dois grandes eixos que sustentam esta desigualdade estrutural: a centralidade do amor ao trabalho e a ideologia meritocrática associada ao mesmo.

Assim, os trabalhadores da indústria de jogos digitais representam um segmento bem característico da classe virtual, apresentada por Barbrook e Cameron (2018) como os principais adeptos da ideologia californiana. Essa categoria se organiza de forma flexível em relação a fatores como horários, *dress code*, e formato dos escritórios, mas incorpora práticas extremamente rígidas e competitivas para a produtividade e relacionamento com as empresas. A molecagem, conforme conceituada por Burrill (2012), é expressa nos escritórios lúdicos, muitas vezes repletos de objetos de lazer, na informalidade das relações e na proteção à idealização escapista do trabalho em si, considerado um privilégio que precisa ser defendido de discussões como direitos trabalhistas ou exclusão de minorias.

Bulut (2020) discute esses fatores na construção do imaginário neoliberal³⁴ dos ambientes de trabalho em desenvolvimento de games a partir da interseccionalidade entre masculinidade e branquitude. Em seu estudo etnográfico feito em um estúdio de jogos triplo-A nos EUA, o autor conclui que a ideia de “amor ao trabalho” é central para a organização dos funcionários em estruturas exploratórias e precarizadas, que não são contestadas pelos mesmos porque a oportunidade de atuar na produção de videogames é compreendida como o “trabalho dos sonhos”, um grande privilégio, mesmo quando alicerçada em práticas abusivas como altíssimas cargas de horas-extras não remuneradas. A masculinidade e a branquitude, articuladas pela molecagem, operam como silenciadores das críticas que poderiam ser feitas entre funcionários a respeito dos problemas das empresas, como a representatividade étnica estereotipada nos jogos ou a ausência de mulheres em cargos hierarquicamente relevantes na produção.

³⁴ Considerando a importância do conceito de resiliência conforme delimitado por James (2015) nesta pesquisa, adoto aqui a mesma definição de neoliberalismo referenciada pela autora, apresentada por Jodi Dean (2009). Dean entende o neoliberalismo como um sistema que considera o mercado um lugar de produção de verdade, o que se traduz em todas as relações sendo estruturadas pela lógica de mercado: sociais, criativas, afetivas, etc.

Bulut apresenta o conceito de ludopolítica para descrever como o amor aos videogames estrutura uma série de desigualdades nos ambientes de trabalho dessa indústria. Por meio da pergunta “quem pode jogar, e quem precisa trabalhar?”, o autor demonstra como o regime de produção de games é sustentado por dinâmicas de poder que envolvem uma parcela de trabalhadores que desfrutam de certas regalias (assim como a classe virtual) em relação a pares menos favorecidos, sendo que o grupo privilegiado é composto por homens brancos, cisgêneros e heterossexuais de classe média, justamente o público-alvo padrão da indústria de jogos digitais.

Um exemplo dessa divisão foi observado por Bulut na distribuição de gêneros entre os cargos ocupados pelos funcionários do estúdio analisado em sua pesquisa etnográfica. Enquanto os homens assumem posições diretamente ligadas ao trabalho criativo no desenvolvimento de jogos, como game designers, artistas e programadores, cabia às mulheres ocuparem cargos menos “glamourosos” na hierarquia do estúdio, principalmente em funções de marketing e de produção.

A predominância de mulheres produtoras é destacada pelo pesquisador porque exemplifica uma dinâmica típica da ludopolítica: enquanto aos homens, como parte de seu processo de criação, é permitido se divertir e abusar da informalidade durante as jornadas de trabalho (mesmo que essas sejam constantemente longas e exaustivas), as mulheres produtoras precisam assumir a antipática tarefa de cobrar o cumprimento de prazos e monitorar o cotidiano de seus pares, o que as coloca em uma posição que é tanto a de “estraga prazeres”, outsiders do espaço escapista da cultura *gamer*, quanto a de cuidadoras de seus pares masculinos.

Outra manifestação da função de cuidadora imposta sobre as mulheres no mercado de jogos é identificada por Bulut na centralidade do intenso trabalho doméstico e emocional das esposas dos desenvolvedores homens e heterossexuais. Esse trabalho é essencial na sustentação do modelo de negócios atual da indústria, já que cabe a elas organizarem toda a rotina doméstica dos maridos durante suas jornadas longas e massacrantes de horas-extras, assim como garantir aos trabalhadores algum bem-estar emocional nessas circunstâncias, com ações como levar os seus filhos ao trabalho para que possam ter alguma convivência com os pais nesse período.

Por isso, muitas dessas esposas de desenvolvedores optam por não trabalharem, ou não conseguem conciliar uma carreira própria com a necessidade

de manutenção do lar em conformidade com a agenda profissional de seus maridos. O pacto narcísico³⁵ (Bento, 2022) da masculinidade branca garante o silêncio e conformismo, e, combinado a questão de amor ao “trabalho dos sonhos”, resulta em uma ideologia neoliberal do tipo “vista a camisa da empresa” que é predominante em toda a cultura dos games.

Considerando as conexões entre o companheirismo masculino e esse pacto de silêncio, é simbólico que uma das primeiras pessoas a o romper publicamente tenha sido a esposa de um desenvolvedor. Em 2004, a escritora e *game designer* Erin Hoffman publicou um post anônimo em seu blog³⁶, onde assinava como *EA Spouse* (Esposa da EA³⁷). No texto, a profissional relatava sua frustração com as condições de trabalho de seu então noivo na empresa *Electronic Arts*, caracterizada por jornadas extensas e abuso de horas-extras (chamadas na indústria de *crunch time*), sem qualquer compensação ou remuneração adicional. Hoffman descreve o trabalho emocional que desempenha como companheira de um desenvolvedor como exaustivo e frustrante: “O amor da minha vida volta para casa tarde da noite reclamando de uma dor de cabeça que não passa e de um estômago cronicamente doente, e meu sorriso feliz de apoio está se esgotando”³⁸ (tradução minha).

A *game designer* encerra o post denunciando as consequências desse modelo de trabalho não apenas para os profissionais em si, mas também para suas famílias:

Se eu pudesse falar com o CEO da EA Larry Probst ao telefone, eu perguntaria algumas coisas a ele. “Qual o seu salário?” seria apenas uma curiosidade. A principal questão que eu gostaria de saber é, Larry: você entende o que está fazendo com o seu pessoal, certo? E você entende que eles SÃO pessoas, com limites físicos, vidas emocionais, e famílias, certo? Vozes, talentos, sentidos de humor e todas essas coisas? E que quando você mantém nossos maridos, esposas e filhos no escritório por 90 horas semanais, os mandando para casa exaustos, entorpecidos e frustrados com suas vidas, não é apenas eles que você está machucando, mas todas as pessoas a volta deles, inclusive aquelas que os amam? Quando você calcula suas projeções de lucro e suas análises de custo, você sabe que

³⁵ Conceito criado pela pesquisadora brasileira Cida Bento para definir as práticas de suporte mútuo e boicote empregadas por pessoas brancas em detrimento de pessoas não brancas, assim como os benefícios segurados por elas em sociedades racistas como a brasileira.

³⁶ Disponível em: <https://ea-spouse.livejournal.com/274.html> . Acesso em: 04 Set. 2024.

³⁷ Estúdio de desenvolvimento de jogos famoso por franquias como FIFA e The Sims.

³⁸ No original: “The love of my life comes home late at night complaining of a headache that will not go away and a chronically upset stomach, and my happy supportive smile is running out.”

uma grande parte desse custo é paga com dignidade humana, certo? Certo?³⁹ (Hoffman, 2004, tradução minha)

Hoffman escrevia como uma pessoa duplamente inserida no contexto da indústria de games: além de ser a esposa de um desenvolvedor, ela é uma trabalhadora da indústria familiarizada com a prática de *crunch*, que até mesmo reconhece em seu texto como inevitável e aceitável dentro de certos limites. O anonimato no post era uma estratégia de proteção a ela e ao marido, que poderiam ser penalizados ao romperem o pacto de silêncio da indústria. A identidade da game designer só veio a público em 2006, e Hoffman contribuiu para que uma ação trabalhista fosse movida contra a *Electronic Arts*, que após sua exposição pública se comprometeu a rever as condições trabalhistas do estúdio.

Em análise das condições que levaram à crise da Esposa da EA aos seus desdobramentos, Dyer-Witheford e Peuter (2006) listam aspectos já aqui mencionados como característicos do ambiente de trabalho nos estúdios: informalidade nas relações, predominância de homens jovens, e abuso de horas-extras e seus efeitos na saúde física e mental das equipes. Todos esses elementos são ambivalentes por meio do apelo ao amor aos videogames e ao prazer decorrente de trabalhar com o próprio *hobby*. A descontração e predominância de homens nos estúdios também resulta em um ambiente que apela ao senso de diversão de seus funcionários: as horas-extras são permeadas por jogos, noites de pizza e até mesmo pela experiência de dormir no escritório, que em geral é planejado para ser um ambiente lúdico e “cool”. Prazer e exaustão se misturam, de forma que muitas vezes os trabalhadores são incapazes de reconhecer os abusos aos quais são submetidos, considerando-os parte tão inerente do trabalho de desenvolvimento de jogos quanto os seus aspectos divertidos.

Portanto, embora nas dinâmicas observadas por Bulut (2020) a diversão seja um tipo de vantagem reservada aos homens em posição de dominância no sistema ludopolítico da indústria de jogos digitais, o privilégio de se divertir no trabalho é

³⁹ No original: “If I could get EA CEO Larry Probst on the phone, there are a few things I would ask him. “What’s your salary?” would be merely a point of curiosity. The main thing I want to know is, Larry: you do realize what you’re doing to your people, right? And you do realize that they ARE people, with physical limits, emotional lives, and families, right? Voices and talents and senses of humor and all that? That when you keep our husbands and wives and children in the office for ninety hours a week, sending them home exhausted and numb and frustrated with their lives, it’s not just them you’re hurting, but everyone around them, everyone who loves them? When you make your profit calculations and your cost analyses, you know that a great measure of that cost is being paid in raw human dignity, right? Right?”.

ambivalente e traz consigo armadilhas muito semelhantes às aquelas do amor ao seu campo profissional.

Siciliano (2021), também como resultado de um estudo etnográfico entre trabalhadores da indústria criativa, focado em profissionais do mercado fonográfico e de produção de conteúdo para plataformas digitais, observou como os trabalhadores associam a sensação de criação e autoria em suas tarefas ao sentimento de prazer durante as jornadas, sendo essa associação frequentemente instrumentalizada, pelos próprios profissionais ou pelos seus contratantes como uma estratégia para atenuar o desconforto de condições trabalhistas precárias. Essa constatação é semelhante às observações de Bulut sobre o papel do amor na manutenção de desenvolvedores de jogos em condições trabalhistas abusivas e do peso da diversão na configuração ludopolítica dessas mesmas condições, onde o prazer é posicionado como compensação à precariedade. No ponto de vista desses trabalhadores, produzir jogos é um sonho, e sonhos devem ser preservados a qualquer custo.

Os custos desse sonho, porém, podem ser altos demais mesmo para os sonhadores mais apaixonados. Em 2021, o jornalista especializado no mercado de games Jason Schreier publicou uma análise aprofundada de um fenômeno que observou durante anos trabalhando como especialista na indústria: o alto número de trabalhadores de alto escalão e amplo reconhecimento no setor que abandonam o mercado. No livro reportagem *“Press Reset: Ruin and Recovery in the Video Game Industry”*, Schreier (2021) apresenta entrevistas com esses profissionais para buscar entender quais fatores que motivam essa decisão, e suas conclusões confirmam as observações de Barbrook e Cameron (2018) e Bulut (2020).

A informalidade nas relações de trabalho é um desafio constantemente mencionado pelos entrevistados, tanto no âmbito das relações pessoais quanto no estabelecimento de contratos claros e justos. No relatório *“GDC 2025 State of the Game Industry”* (GDC, 2025), organizado pela *Game Developers Conference*, uma das maiores associações de desenvolvedores de games do mundo, 58% dos profissionais respondentes se declararam a favor da sindicalização da classe.

Outra questão observada por Schreier é também conectada à convivência familiar: a forma mais comum de vínculo trabalhista na indústria é por meio de contratos temporários, vinculados a projetos que costumam durar, no máximo, alguns anos. Em um ambiente marcado por falências, aquisições e demissões em

massa, como têm sido o mercado contemporâneo de games, esses contratos são ainda mais instáveis. Ainda, considerando que os principais estúdios de games se espalham em diversas localidades pelo mundo, um desenvolvedor precisa estar pronto para se mudar periodicamente, o que dificulta muito a organização de famílias com filhos. Esse estilo de vida contribui para que o mercado seja ocupado predominantemente por homens jovens, já que é muito pouco receptivo aos pais e, especialmente, às mães. O mesmo relatório da GDC (2025) mostra que em 2025, 35% dos desenvolvedores de games são homens, brancos e não LGBTQIAPN+.

4.2 O OTIMISMO CRUEL NA INDÚSTRIA DE GAMES

A ética de trabalho predominante na indústria de jogos digitais consiste então em uma combinação entre o pensamento meritocrático e o ideal de amor pela profissão, motivadores de sacrifícios pessoais em prol do florescimento do mercado e da esperança de sucesso futuro na profissão. Além disso, os games são parte da indústria de entretenimento e seus profissionais mais bem sucedidos compartilham do status de celebridade que grandes nomes da cultura pop costumam alcançar em outros segmentos de mídia, atraindo assim fãs que almejam um dia “chegarem lá”. Porém, “lá” não é para todos, já que parte do apelo das celebridades é a exclusividade, e a maior parte dos trabalhadores não atinge o topo, mesmo com enormes sacrifícios financeiros e de qualidade de vida para tal (Schreier, 2021).

Esta configuração afetiva em que o sujeito, por desejar algo, se apega a práticas que impedem seu acesso a esse objeto almejado e mantêm a sua posição vulnerável, é definida por Lauren Berlant (2011) como otimismo cruel.

Uma relação de otimismo cruel existe quando algo que você deseja é na verdade um obstáculo para seu sucesso. Ela pode envolver comida, ou um tipo de amor: ela pode ser uma fantasia de uma boa vida, ou um projeto político. Ela pode estar em algo mais simples também, como um novo hábito que promete lhe conduzir a um modo melhor de existir. Estes tipos de relações otimistas não são inerentemente cruéis. Elas se tornam cruéis apenas quando o objeto que capta seu apego ativamente impede o objetivo que lhe conectou a ele inicialmente. (Berlant, 2011, p.9)⁴⁰

⁴⁰ Tradução minha. No original: “A relation of cruel optimism exists when something you desire is actually an obstacle to your flourishing. It might involve food, or a kind of love; it might be a fantasy of the good life, or a political project. It might rest on something simpler, too, like a new habit that promises to induce in you an improved way of being. These kinds of optimistic relation are not

Berlant (2011) contextualiza esta contradição central entre esperança e sofrimento no otimismo cruel por meio do apego a um projeto de futuro melhor, de vida melhor. Mas este apego ocorre em um cenário onde as instituições que poderiam garantir esses objetivos, como o mundo do trabalho, se organizam em estruturas precarizadas que, ao invés de alçar os sujeitos para o “chegar lá”, os estagna em práticas que geram o mesmo tipo de sofrimento do qual esperam se livrar ao atingirem o almejado sucesso.

A crença meritocrática na progressão de carreira é um exemplo especialmente representativo de otimismo cruel. Mesmo que reconheçam o sofrimento e os abusos a que estão vulneráveis em um mercado de trabalho tão precarizado quanto o da contemporaneidade, os sujeitos não conhecem alternativas para preencher a lacuna do projeto de uma vida melhor no futuro, e se desapegar desta relação é de certa forma abandonar a esperança no objetivo desejado. Se a ascensão profissional por meio do esforço representa a esperança de felicidade, reconhecer a sua impossibilidade é reconhecer a impossibilidade da felicidade em si. Assim, se forma o vínculo de otimismo cruel. Berlant também pontua que muitas vezes o apego não é firmado apenas pela esperança, mas também pela ideia de normalidade. As coisas são assim, e se não forem, como poderiam ser? A incapacidade de projetar um futuro alternativo que rompa com a crença estruturante do otimismo cruel mantém os sujeitos presos em seu circuito afetivo, se não pela esperança, pelo fatalismo, ressignificado muitas vezes no conceito de resiliência.

Lisa Nakamura (2017) partiu da teorização de Berlant para descrever *gamers* de grupos sociais oprimidos que acreditam que ter um bom desempenho como jogadores, profissionalmente ou não, é uma forma de vencer a estrutura discriminatória da cultura *gamer*. Nas palavras da autora, “acreditar no jogar meritocrático como um caminho de aceitação e respeitabilidade para minorias e mulheres nas culturas *gamers* sexistas e racistas é a forma mais cruel de otimismo.”⁴¹ A meritocracia é central no arranjo ideológico que mantém minorias

inherently cruel. They become cruel only when the object that draws your attachment actively impedes the aim that brought you to it initially.”

⁴¹ Tradução minha. No original: “Believing in meritocratic play as the path to acceptance and respectability for minorities and women in sexist and racist gaming cultures is the cruelest kind of optimism.”

marginalizadas na cultura *gamer*, e acreditar nela como forma de equilibrar relações sociais nesse cenário é uma típica demonstração de otimismo cruel.

O amor ao trabalho também é uma manifestação bastante visível do otimismo cruel na indústria de jogos digitais. Cote e Harris (2021) analisaram o discurso de desenvolvedores de games em torno da oposição entre *crunch* ruim e bom: enquanto o *crunch* ruim definiria as jornadas de trabalho abusivas, usadas indiscriminadamente no modelo amplamente criticado hoje, o *crunch* bom consistiria em jornadas de horas extras planejadas e acordadas antecipadamente, de forma a mitigar seus danos entre os trabalhadores.

Embora bem-intencionada, os pesquisadores concluíram que essa defesa de uma forma supostamente boa de *crunch* é uma manifestação de otimismo cruel porque, ao invés de imaginarem uma indústria sem *crunch* em prol de melhorias na sua qualidade de vida, os defensores do *crunch* bom continuam advogando por práticas que ainda são abusivas e impeditivas do bem-estar almejado, mesmo que de forma atenuada. O *crunch* bom é um projeto de otimismo cruel sustentado pela ideia de normalidade, de que o *crunch* é tão intrínseco ao desenvolvimento de jogos digitais que seria impossível imaginar uma indústria sem ele.

O otimismo cruel não é um indicativo de ingenuidade ou ignorância dos sujeitos envolvidos por seus vínculos: frequentemente essas pessoas estão cientes do seu sofrimento e suas causas. Porém o rompimento com a ideia de normalidade ou com a esperança de felicidade pode ser mais sofrido do que a manutenção da relação otimista estabelecida. Estratégias de resiliência, como as relatadas pelas participantes desta pesquisa, podem ser enquadradas como formas de otimismo cruel ao mesmo tempo em que são vitais para a sobrevivência de pessoas de minorias como trabalhadoras na indústria de jogos digitais. Esta ambivalência diz mais sobre as limitações e hierarquias na estrutura do mercado de games hoje do que sobre qualquer julgamento de valor às pessoas que o ocupam.

4.3 IDENTIDADE *GAMER* E EXCLUSÃO NO MERCADO DE TRABALHO

A ética de trabalho na indústria de games é um resultado direto da sua lógica masculinista, supremacista branca e eurocêntrica. Porém, eu rejeito uma definição limitante do ser *gamer* como uma identidade intrinsecamente excludente de grupos

minoritários, porque ela traz consigo o apagamento de movimentos de resistência que existem na cultura *gamer* desde seus primeiros anos que já foram apresentados aqui. Parto então das complexidades que convergem na ideia de identidade *gamer* discutidas por Shaw (2012), e suas implicações em relação a inserção de minorias dentro da cultura *gamer*, que além de representarem melhor a amplitude da identidade *gamer*, também demonstram desafios centrais para a construção de um mercado de trabalho mais inclusivo na área.

De acordo com a autora, se definir como *gamer* é um processo que envolve mais do que meramente consumir jogos digitais, considerando que a construção dessa identidade é historicamente atravessada pela exclusão sistemática de minorias e pela associação com um alto nível de habilidade como *player*⁴², assim como ao consumo de apenas certos gêneros de games considerados *hardcore*. Shaw também discute as limitações e potencialidades no processo de identificação com o conteúdo dos jogos por parte de pessoas de minorias a partir de um trabalho etnográfico de análise do comportamento desses públicos em relação aos videogames (Shaw, 2014), descrevendo essa identificação como uma questão que vai além da mera representatividade "de iguais" em termos de categorias identitárias: por exemplo, uma mulher jogadora não vai imediatamente se identificar com uma personagem feminina apenas por terem o mesmo gênero, se essa personagem não apresentar algum apelo a suas experiências e/ou valores.

Assim, a autora conclui que uma indústria de games mais representativa não é construída apenas com a inserção de personagens "diversos" nos jogos, mas sim com uma reformulação em suas estruturas que promova uma ampla integração de pessoas de minorias em postos de trabalho na área e a abordagem dos problemas de diversidade para além da ideia comercial de público-alvo. Esta problematização não exclui as potencialidades da apropriação da identidade *gamer* por grupos minoritários como estratégia de inserção e revolução da indústria de jogos digitais, ao mesmo tempo que reconhece as suas limitações estruturantes. Me posiciono de forma semelhante, preferindo abraçar as possibilidades paradoxais da identidade *gamer* no contexto das minorias sociais do que as descartar como irreconciliavelmente opostas entre si, reconhecendo também que estar no Sul

⁴² Adoto neste trabalho, a partir de outras contribuições na área, uma distinção entre *player* e *gamer*. *Player* se refere a pessoa que joga, independente do seu grau de engajamento com a cultura de jogos digitais. Já *gamer* é adotado aqui como o nome adotado por membros da comunidade da perspectiva de um fandom.

Global, mais especificamente no Brasil, tensiona muito a ideia de identidade *gamer* masculina mais recorrente nos *game studies* eurocentrados, como demonstra o trabalho de Messias (2015).

O trabalho de Paaßen et al. (2017) dialoga com a discussão de Shaw ao buscar comprovar se o estereótipo do homem como o principal consumidor de games tem sustentação empírica e mapear seus impactos na autoidentificação de mulheres como *gamers*. O artigo faz uma revisão teórica do conceito de *gamer* e de sua conexão com questões de gênero para entender se 1) os homens realmente representam a maioria esmagadora dos consumidores de jogos; 2) porque o homem branco, heterossexual e cisgênero permanece como estereótipo incontestável do consumidor médio de videogames, se ele não é a maioria absoluta desse público. Os autores concluem que, apesar de mulheres representarem uma parcela considerável do consumo de jogos digitais, sendo inclusive maioria em alguns países (como o Brasil), elas ainda são resistentes a se identificarem como *gamers* devido ao preconceito estrutural e aos estereótipos do mercado publicitário do setor, que posiciona o homem como consumidor padrão de jogos digitais. O estereótipo *gamer* permanece masculino também porque os profissionais da indústria de games com mais visibilidade são homens e as mulheres da área sofrem um grande apagamento na mídia e nos eventos da área, o que é bastante prejudicial para as profissionais que desejam atuar no segmento.

Por outro lado, Ruberg (2019b) problematiza como o movimento de inserção de minorias na indústria de games carrega uma ambivalência entre visibilidade e cooptação que pode ser extremamente violenta e exploratória para essas mesmas pessoas. A autora argumenta que a adesão massiva da indústria de games ao marketing de causas feminista e LGBTQIAPN+ , sob a bandeira de que “pessoas *queers* tornam os videogames melhores”, é na verdade uma forma de cooptação predatória da produção desses profissionais, que recebem pouca ou nenhuma compensação financeira no processo e veem suas inovações expressivas e tecnológicas sendo usadas e celebradas por estúdios milionários, enquanto vivem em condições de extrema vulnerabilidade social, muitas vezes dependentes de doações de seu público via financiamento coletivo.

Além disso, pessoas LGBTQIAPN+ que são formalmente empregadas em estúdios comerciais lidam com constante pressão para “fazerem o ambiente melhor”, sendo muitas vezes usadas como embaixadoras da suposta diversidade dessas

empresas e submetidas a trabalho emocional exaustivo ao lidar com constantes microagressões enquanto assumem esse papel de mediação. Ruberg conclui que as maiores beneficiárias dessa forma de “tornar os videogames melhores” via diversidade são as empresas que aderem ao marketing de causas (Varadarajan, Menon, 1988), e não as pessoas de minorias, e que é preciso repensar a estrutura dessas ações de suposta reparação para que elas sejam realmente efetivas e melhorem as condições de vida de profissionais LGBTQIAPN+ e mulheres na indústria de jogos digitais.

4.4 O MERCADO DE TRABALHO EM JOGOS DIGITAIS NO BRASIL

O Brasil é um país continental, o que torna muito difícil descrever qualquer aspecto da cultura brasileira em termos gerais. Em primeiro lugar, existem diferenças importantes entre as regiões. Segundo pesquisa realizada pela Associação Brasileira das Empresas Desenvolvedoras de Jogos Digitais (Cardoso et al., 2023) a indústria local de games concentra-se principalmente na região Sudeste, onde estão 56% dos estúdios brasileiros, um crescimento de 4% em relação ao levantamento anterior (Sakuda, Fortim, 2018). A região é caracterizada pela alta urbanização, concentração de renda e a maior população do país. Também é central para o entendimento das dinâmicas de opressão entre as regiões do Brasil: pessoas de fora da região Sudeste são frequentemente vítimas de preconceito xenofóbico, especialmente as nascidas e residentes no Norte e o Nordeste, fato que está profundamente ligado às questões raciais e de classe, já que essas duas regiões têm maiores concentrações de população negra e indígena e são ligadas aos estereótipos de pobreza e incivilidade no senso comum e no imaginário da mídia nacional. Além da vulnerabilidade a esse tipo de discriminação, morar fora do Sudeste dificulta o acesso a empregos na indústria brasileira de jogos digitais.

O levantamento de Suely Fragoso (2017) do estado da arte da pesquisa sobre games no Brasil mostra que o foco privilegiado no Sudeste é também um problema da academia, especialmente no estado de São Paulo, que, na época do estudo, respondia sozinho por 37% das teses e dissertações publicadas sobre o tema no país. Fragoso também afirma que os desafios enfrentados pela pesquisa brasileira em jogos digitais são um espelhamento dos desafios sociais para o acesso

a videogames no território nacional, refletindo todas as dinâmicas sociais de opressão que caracterizam o país.

Assim, a concentração geográfica dá uma dica sobre o classismo e o racismo neste mercado, em que o desequilíbrio de gênero também é um problema. Apenas 24,4% das pessoas que trabalham na indústria brasileira de jogos são mulheres (Cardoso et al., 2023), uma queda de 5,4% em relação ao levantamento anterior do setor (Fortim, 2022). Apenas 10% de todos os trabalhadores são negros, e menos ainda são indígenas, 1% (Cardoso et al., 2023). As pessoas trans são 0,4% da indústria brasileira de games (Sakuda, Fortim, 2018). Olhando para esses dados, a figura do trabalhador médio da indústria brasileira de games surge como um homem branco, cisgênero e de classe média. Porém, a média da população *gamer* no Brasil é diferente: ela é de maioria feminina (53,2%), com forte representação da população negra (43,9%) e das classes D e E (20%) (PGB, 2025). Existe uma lacuna significativa entre quem faz jogos e quem consome jogos no país.

Letícia Rodrigues (2021) argumenta que a identidade de pessoas desenvolvedoras de jogos no Brasil é fortemente atravessada pela subjetividade *indie*, considerando o posicionamento do país nas margens da indústria de jogos digitais. Essa é uma categoria que abrange afetos paradoxais: por um lado, é possível identificar no cenário de desenvolvimento brasileiro um desejo de ser equiparado ao mercado AAA, por meio de comparações com produtos estrangeiros, elogiosas ou depreciativas dependendo do contexto. Porém, existe também uma romantização da figura do desenvolvedor indie como um herói marginal que espelha aspectos da identidade masculinista da cultura *gamer* também analisados pela autora, como as figuras do nerd antissocial e do hacker incompreendido.

Segundo Rodrigues, esse imaginário contribui para reforçar o homem branco, heterossexual, cisgênero e de classe média como o padrão de profissional no desenvolvimento de games. Porém, especificamente em relação a subjetividade *indie*, a pesquisadora reconhece a potencialidade de um objeto de fronteira, que permite tensionamentos por funcionar como um ponto de contato de múltiplas esferas: a indústria dominante, a desenvolvedora ou desenvolvedor *hobbyista*, a pessoa desenvolvedora ou profissional autônoma, estudantes, pessoas que nunca desenvolveram jogos antes e não são profissionais da área e eventos de jogos e tecnologia. Assim, a centralidade da subjetividade *indie* no contexto brasileiro também fornece oportunidades de rupturas do status quo para pessoas de minorias

sociais, que a autora identifica em sua análise em iniciativas como *game jams* femininas.

Assim, as organizações femininas na indústria brasileira de games são estruturadas informalmente, muitas vezes por meio de aplicativos de mídias sociais, como o *WhatsApp*, e funcionam de forma autônoma, geridas por voluntárias. Destacam-se entre essas associações a *WIG BR*⁴³ (Women in Games Brasil) e a *Dev Migas +* (Blanco & Silva, 2021). As principais ações desses grupos consistem em iniciativas de suporte e apoio mútuo, como aconselhamento informal, mentorias e promoção de eventos. Porém, eles ainda não exercem pressão significativa em negociações trabalhistas, e seu alcance aos altos escalões na indústria local é bastante limitado.

⁴³ Exemplo de ação da associação, que não possui página exclusiva da divisão brasileira: <https://www.womeningames.org/an-ambassador-led-event-at-gamescom-latam/>

5 O TRABALHO DE STREAMER

Por causa da falta de diversidade e das barreiras de acesso na indústria de desenvolvimento de jogos digitais, tanto global quanto localmente, uma estratégia comumente adotada por mulheres brasileiras e outras minorias para entrar nesse meio é produzir conteúdo sobre jogos em vez de fazê-los. Esse movimento começou com a popularização das plataformas de mídia social no país, especialmente no Facebook na década de 2010 graças ao recurso de grupos, que possibilitou o início de comunidades voltadas para públicos muito específicos, como *gamers* feministas. Os perfis de membros desses grupos eram diversificados: algumas pessoas queriam apenas um espaço seguro para debater e fazer amigos, enquanto outras tinham como principal atividade a produção de conteúdo amadora – trabalho de fãs – iniciando seus próprios canais no *YouTube* e blogs focados em questões feministas na cultura *gamer*. E um terceiro grupo era formado por mulheres profissionais já atuantes na indústria brasileira de jogos digitais que buscavam apoio para expor suas visões políticas em seus locais de trabalho, onde se sentiam isoladas e negligenciadas como feministas.

Os grupos virtuais funcionam como espaços de *networking* e organização de coalizões e, ao longo dos últimos dez anos, muitos profissionais e influenciadores digitais emergiram deles como personalidades públicas relevantes no mercado brasileiro de videogames. Esse fenômeno coincide com as empresas de jogos se conscientizando do debate sobre igualdade e diversidade como uma abordagem estratégica de marketing, especialmente após o *GamerGate*, e patrocinando muitas dessas influenciadoras feministas. As *streamers* feministas analisadas nesta tese são resultado direto dessas organizações coletivas em plataformas de redes sociais.

Streamar jogos, como é chamado o ato de transmitir a si mesma jogando e comentando a experiência para um público espectador, é um trabalho de comunicação que tem, simultaneamente, características de entretenimento, de jornalismo informativo e de produção de conteúdo de estilo de vida. A *streamer* expõe sua performance, o produto que está jogando e elementos do seu cotidiano, já que na maior parte das vezes o trabalho acontece em espaços pessoais (e até íntimos) da profissional, como o seu quarto. E, sendo um tipo de trabalho que existe por causa e dentro da indústria de jogos digitais, ele é estruturado ao mesmo tempo

pela ética profissional do mercado *gamer*, apresentada no capítulo anterior, e por questões que são próprias do trabalho de influenciadoras em plataformas digitais.

Neste capítulo, portanto, apresento o contexto de trabalho das *streamers* de videogames considerando três aspectos principais: sua condição de influenciadoras, sua atuação nas plataformas digitais e sua relação com as comunidades *gamers*.

5.1 STREAMERS COMO INFLUENCIADORAS: AMBIVALÊNCIA ENTRE FÃS E TRABALHADORAS

As *streamers* de videogame são representantes de uma categoria profissional extremamente contemporânea, híbrida e complexa: as influenciadoras digitais. Elas se posicionam em um espaço intermediário entre fãs e profissionais da área, sendo impossível analisar cada um desses aspectos separadamente sem recair em simplificações e generalizações que são consideravelmente limitantes para a compreensão das suas experiências de trabalho.

Primeiramente, considero importante pontuar que a temporalidade é central para entender o trajeto de fã a influenciadora. Karhawi (2020), em seu estudo sobre as blogueiras de moda no Brasil, apresenta essa trajetória temporal partindo da figura da blogueira de vanguarda, caracterizada como uma pessoa entusiasta de um nicho e dotada de certas competências – como conhecimentos em criação de sites em HTML e proficiência em inglês – que se empenha em fazer um trabalho de divulgação e produção de conteúdo relacionados a uma área de seu interesse, podendo, portanto, ser considerada uma fã engajada em trabalho de fã. A autora descreve o processo de transformação dessas blogueiras-fãs em influenciadoras digitais por meio de quatro etapas: vanguarda, legitimação, institucionalização e profissionalização.

No primeiro estágio, as blogueiras não são reconhecidas pelo mercado como trabalhadoras legítimas, e trabalham por motivações pessoais sem esperar por retornos externos para muito além da formação de uma comunidade em torno de si. Já na etapa de legitimação, essas trabalhadoras começam a ser notadas e validadas por meio de acontecimentos como a colaboração com outras blogueiras, o recebimento de convites para eventos e as citações de seus trabalhos na imprensa. A institucionalização é consolidada com parcerias comerciais e com a inserção definitiva da blogueira nas redes de contatos profissionais das empresas do

segmento. E, por fim, a profissionalização acontece com o rompimento com o trabalho de fã, centrado na produção descompromissada motivada apenas por preferências pessoais, e traz a contratação de equipes, a centralidade das parcerias comerciais nas decisões criativas da influenciadora e a substituição do blog pelos perfis pessoais em plataformas de mídias sociais.

Embora o trabalho de Karhawi seja focado em influenciadoras de moda, é possível fazer um paralelo entre os estágios de profissionalização dessas trabalhadoras e das *streamers* de games. Taylor (2018) descreve os esforços para consolidação do *streaming* nos anos iniciais dos primeiros eventos do circuito profissional de *esports* de forma muito similar à caracterização das blogueiras de vanguarda por Karhawi: um trabalho feito por motivações pessoais, focado na construção e manutenção de uma comunidade de fãs e sustentado pelas habilidades técnicas que, por acaso, as pessoas atuantes nesse estágio de vanguarda possuíam.

O paralelo se mantém ao se comparar *streamers* de games a blogueiras de moda: a legitimação via reconhecimento dos pares e da imprensa, a inserção no circuito de eventos e redes de patrocínios das grandes empresas de games e a eventual consolidação profissional por meio de parcerias comerciais. Porém, o mercado de games possui especificidades diferentes do de moda, especialmente no que diz respeito a questões de gênero: blogueira de moda é uma posição profissional mais arquetipicamente feminina que *streamer* de games, considerando que a indústria de jogos digitais, ao contrário do mercado de moda, não tem o público feminino como seu alvo padrão. A temporalidade desses estágios também é diferente para os videogames, já que a profissionalização dos *streamers* é um fenômeno bem mais recente. E, considerando o aspecto de mobilização política das trabalhadoras feministas, o estágio de profissionalização é também marcado por um rompimento ou deslocamento de seu ativismo dos coletivos e grupos de mobilização para o individual, consolidado na figura da influenciadora de nicho.

E considerando especificamente o mercado de jogos digitais, a relação com o trabalho de fãs é quase onipresente em todas as suas áreas de atuação, especialmente no campo da comunicação. Nieborg e Foxman (2023) analisam o amadorismo como elemento fundamental no status atual do jornalismo de games a partir da afirmação de que jogos digitais não são uma mídia *mainstream*. Para os autores, conceituar *mainstream* apenas considerando métricas como sucesso

comercial e lucratividade não é suficiente para discutir esses produtos culturais contextualmente. Eles citam a pornografia como uma mídia altamente lucrativa e amplamente disseminada que apesar disso não é *mainstream* do ponto de vista cultural, pois não existem elementos que a sustentem nessa posição, como uma mídia institucional especializada na cobertura de produtos audiovisuais pornográficos, por exemplo.

Nieborg e Foxman consideram três características para definir um produto cultural como *mainstream*: ubiquidade, letramento e legitimidade. A ubiquidade descreve a capacidade de uma mídia de se espalhar para além do seu nicho comercial preferencial; o letramento, a capacidade de ser consumida como produto cultural pela maioria das pessoas, sem necessidade de desenvolverem conhecimentos específicos para tal; e a legitimidade é o reconhecimento daquela mídia pelo consenso cultural geral. Sendo assim, existe uma dificuldade para que os jogos digitais sejam posicionados como produtos *mainstream*, já que mesmo com altos números de vendas eles circulam preferencialmente entre fãs, o que limita a sua ubiquidade, e o consumo de boa parte dos games mais populares ainda fica restrito a pessoas que possuem as habilidades necessárias para jogá-los, o que demonstra um problema de letramento. Quanto à legitimidade, os videogames ainda são fortemente associados no imaginário popular a violência e vício, e esse acaba sendo o tom de boa parte de sua cobertura nos veículos de imprensa tradicionais (Khaled Jr., 2018).

Para os autores, uma das consequências do fato de jogos digitais não serem uma mídia *mainstream* é que os profissionais de comunicação, especialmente jornalistas, não conseguem o reconhecimento equivalente ao de colegas de outras especialidades nos veículos tradicionais, tendo sua atuação limitada às comunidades de fãs e aos veículos de nicho. A pesquisa de Nieborg e Foxman é baseada em entrevistas com profissionais da área atuando na América do Norte e na Europa, mas é possível observar similaridades no sentimento de precariedade e instabilidade gerado por essa segmentação dos veículos de comunicação em games nas entrevistas com as profissionais analisadas nesta tese. Esse sentimento está presente entre as *streamers* porque elas mesmas se consideram próximas ao jornalismo de games, sendo muitas delas jornalistas ou ex-jornalistas do segmento.

Outro ponto importante levantado por Nieborg e Foxman (2023) é que existe uma ambivalência entre ser fã e especialista entre comunicadores da área de jogos

digitais, que surge da necessidade de se posicionar como membro das comunidades que constituem seus públicos. Como já discutido no primeiro capítulo dessa tese, as comunidades *gamers* são estruturadas em uma lógica de *insiders* vs. *outsiders*, e os membros desses grupos, motivados por teorias da conspiração e pela própria falta de legitimidade dos videogames na cultura *mainstream*, tendem a rejeitar elementos vistos como externos como potencialmente perigosos para a estabilidade do grupo. A estratégia preferencial dos jornalistas é, portanto, se posicionarem como *insiders* e fãs, o que por um lado traz legitimidade junto à comunidade, mas, por outro, tem o efeito contrário entre seus pares da mídia tradicional, levando-os a serem percebidos mais como fãs do que como profissionais e prejudicando seu acesso a melhores cargos e remuneração em veículos tradicionais de mídia.

O mesmo estudo (Nieborg, Foxman, 2023) apresenta uma categorização para jornalistas de games que contextualiza também o trabalho de *streaming*. Abaixo, as classificações propostas pelos autores:

| Categoria de jornalista de games | Posições equivalentes no jornalismo tradicional | Classificação mercadológica e acadêmica mais comum |
|---|--|---|
| Jornalistas institucionais | Repórteres de editorias específicas, vinculados a jornais e revistas | Jornalismo |
| <i>Reviewers</i> | Jornalistas de moda e viagens, críticos gastronômicos, e outras formas de jornalismo de serviços | Jornalismo de estilo de vida |
| Críticos | Colunistas especializados em arte e cultura, incluindo críticos de cinema, música e TV | Crítica cultural |

Tabela 2 - Categorização de jornalistas de games de acordo com Nieborg e Foxman (2023), traduzida e adaptada pela autora.

Jornalistas de games classificados como jornalistas institucionais são aqueles que exercem a profissão jornalística tendo os jogos digitais como sua editoria de especialidade (assim como outros tipos de profissionais, como jornalistas policiais, políticos, etc.). São normalmente vinculados a veículos tradicionais, como jornais e revistas de grande circulação, e se posicionam como jornalistas profissionais com uma ética de trabalho compartilhada e amplamente discutida entre seus pares. *Reviewers* e críticos são categorias consideradas bastante próximas por Nieborg e Foxman, já que ambas têm como foco produzir material sobre os jogos como

produtos comerciais, informando os consumidores a seu respeito e facilitando suas decisões de compra neste sentido. Porém, os *reviewers* falam a partir de uma posição de investimento pessoal no produto, enquanto o crítico se posiciona com distanciamento em relação ao mesmo. *Reviewers* seriam profissionais entusiastas, vinculados a veículos de nicho e se apresentando como especialistas e fãs em games. Muitos rejeitam o rótulo de jornalistas tradicionais e trabalham em veículos independentes, como blogs ou canais de influenciadores nas redes sociais, e trazem muitos elementos de entretenimento na sua atuação. Os críticos por sua vez – mesmo quando são fãs e trabalham em veículos do nicho *gamer* – buscam trazer distanciamento em sua abordagem jornalística, olhando para os jogos como um fenômeno social mais amplo e observando seus efeitos e conexões no ecossistema midiático como um todo.

O trabalho de *streamer* então, de acordo com a categorização acima, está mais alinhado a classificação de *reviewer*, principalmente pela sua proximidade com o posicionamento de fã e pelo uso do entretenimento como parte de sua atuação profissional. Este alinhamento é confirmado por Garvey (2023), que em estudo sobre *streamers* mulheres e suas estratégias de engajamento junto à comunidade observou a construção discursiva dessas influenciadoras ao serem entrevistadas sobre suas identidades profissionais e suas percepções em relação à própria atuação. Elas não se apresentam como *gamers* ou *players*, mas se referem à prática de *streamar* como um trabalho criativo e até mesmo como um tipo de performance artística, usando termos como *hosts* e *entertainers* para descreverem a si mesmas.

Por um lado, esse posicionamento é essencial para que sejam vistas como *insiders* da comunidade junto ao seu público. Por outro, contribui para mantê-las mais próximas da posição de fãs em vez de profissionais de mídia, impactando seu posicionamento diante de oportunidades comerciais e contribuindo com sua precariedade trabalhista. Por exemplo, normalmente um contrato de parceria como influenciadora está muito mais acessível para uma *streamer* do que uma vaga no jornalismo tradicional, sendo que essa última tem mais chances de oferecer garantias trabalhistas e certa estabilidade. Por isso o movimento feito por algumas jornalistas de games de migrarem para o *streaming*, como apresentado neste estudo em entrevistas com essas profissionais, é um tipo de precarização trabalhista da categoria, resultado de demissões em massa e reduções nas redações especializadas em games nos últimos anos (Nieborg, Foxman, 2023).

E ainda sobre reconhecimento e legitimação profissional, outro ponto importante a ser considerado é a apropriação e cooptação exploratória do trabalho de fãs por parte de grandes empresas do setor de entretenimento, conforme discutido por Stanfill (2019). É importante ressaltar que, embora algumas *streamers* atinjam a etapa profissionalização e passem a viver exclusivamente de seus ganhos como influenciadoras digitais, a maioria dessas mulheres, conforme discutido por Karhawi (2020), não consegue ir além do trabalho de fãs por não serem remuneradas pelas empresas de games, mesmo quando trabalham em parcerias ocasionais.

Esse quadro é ainda mais complexo quando considerada a questão do ativismo feminista: existe a prática de cooptação de influenciadoras para ações que visam posicionar a marca contratante como socialmente consciente em que essas profissionais são pouco ou não remuneradas. A motivação do aceite dessas parcerias por parte das *streamers* é principalmente o apoio à causa feminista, que essas trabalhadoras entendem como extremamente importante, mas que as coloca em uma posição frágil onde são facilmente exploradas pelas grandes marcas do mercado de jogos digitais, além de expostas a *cyberbullying* (Blanco, 2024; Fisher & Harvey, 2024).

5.2 VISIBILIDADE E VULNERABILIDADE NAS PLATAFORMAS DIGITAIS

Além da intensa carga de trabalho em frente às câmeras, o *streaming* de games demanda uma segunda jornada, invisível ao público (Johnson, 2021), que abrange a criação e manutenção de uma marca como pessoa criadora de conteúdo (que vai da identidade visual ao posicionamento como persona), *networking* com outras *streamers*, postagem de material em outras redes sociais, e trabalho emocional no trato com seguidores, sendo que relacionamentos parassociais cultivados dessa forma são essenciais para a manutenção de audiência, e consequentes ganhos financeiros. Essa jornada adicional é definida por Abidin (2016) como trabalho de visibilidade. Consiste no conjunto de práticas de curadoria e exposição de aspectos da vida pessoal com o objetivo de tornar sua imagem atrativa tanto para sua audiência quanto para seus parceiros comerciais em potencial. Essas decisões devem equilibrar a expressão pessoal da influenciadora

com suas necessidades profissionais, mediadas pela ideia de autenticidade, que é central na construção da imagem pública dessas trabalhadoras (Karhawi, 2020). E, também aqui, o aspecto ativista complexifica essa relação com a autenticidade, por gerar uma demanda extra de legitimidade política por parte das *streamers* feministas, que têm seus posicionamentos constantemente escrutinados pela comunidade em busca da imagem da feminista perfeita (McRobbie, 2020).

Soma-se a isso a prática de monetizar uma atividade de lazer como jogar videogames dentro de certos parâmetros para otimização de lucros, definida por Pase et al. (2020) como capital lúdico. Segundo os autores, a transformação de capital lúdico em capital econômico acontece de forma assimétrica entre *streamers* e plataformas, sendo que essas últimas concentram todo o controle sobre os parâmetros de precificação da atividade de jogar.

A atuação profissional das *streamers* feministas de games então é tensionada por disputas entre ativismo, cooptação comercial e exposição pessoal, considerando como esses aspectos são atravessados pela percepção de autenticidade por parte de seus públicos e parceiros comerciais – centrais para sua legitimação – e pelas práticas de visibilidade e otimização de performance nas redes sociais. Essas práticas implicam, entre vários aspectos, em intenso trabalho emocional e na dissolução de limites entre vida pessoal e profissional, que se complexifica no caso de influenciadoras que decidem expor seu posicionamento político, como as *streamers* feministas. Ele passa a integrar o repertório de recursos usados por essas trabalhadoras para atrair audiências específicas e para a construção de uma identidade profissional de nicho, o que resulta também na possibilidade de firmar acordos comerciais a partir desse recorte. Porém, assumir um posicionamento feminista também coloca influenciadoras digitais do segmento *gamer* em uma posição de vulnerabilidade, que raramente é considerada e/ou atenuada pelas empresas que aproveitam de sua imagem pública para atingir os públicos dessas *streamers*.

O feminismo, porém, não é o elemento central para a legitimação de uma audiência *gamer*, mesmo que tenha esse apelo de nicho para algumas empresas. Sendo as comunidades *gamers* grupos que se organizam por meio de uma lógica meritocrática, em que habilidade é essencial para ser considerada membro da comunidade, a validação do capital lúdico (Pase et al., 2020), somada à pressão extra para se provar como uma igual em uma comunidade excludente, adiciona mais

carga de trabalho para *streamers* feministas. Para apresentar então a relação entre trabalho de visibilidade e vulnerabilidade nas plataformas digitais, abordo inicialmente a relação dessas profissionais com aspectos técnicos e de governança das plataformas, também chamados da expressão de seu trabalho e posicionamento feminista, e então apresento os aspectos de vulnerabilidade em relação a comunidades construídas nesses espaços, que são materializadas principalmente pelo *cyberbullying*.

5.2.1 Plataformas, trabalho e gênero

Plataformas são definidas como infraestruturas de dados que facilitam, agregam, monetizam e governam interações entre usuários finais e provedores de conteúdo e serviços (Poell et al., 2019). Por atuarem nessa posição intermediária no que diz respeito ao trabalho nas indústrias criativas, as plataformas ao mesmo tempo potencializam as formas de atuação nessas áreas por eliminarem a necessidade de intermediários que conectem produtores e públicos, e precarizam a atuação profissional de criadores de conteúdo, pois se isentam da responsabilidade de compensá-los de forma proporcional ao seu trabalho e de reconhecer vínculos empregatícios com os mesmos.

Além dessa ambivalência, as plataformas digitais adotam modelos de negócio extremamente competitivos, se estabelecendo por meio da dominância de mercados e da eliminação de concorrentes, obrigando produtores de conteúdo a manterem seus perfis ativos nelas como única forma viável de atingir mais público. E, também como parte dessa abordagem estratégica agressiva, as plataformas detém o controle total sobre o material publicado em suas bases de dados, podendo retirar publicações do ar ou penalizar produtores por meio de mudanças súbitas em suas políticas de governança sem necessidade de nenhum tipo de aviso prévio ou justificativa para seus usuários e trabalhadores (Poell, Nieborg, Duffy, 2021).

Um exemplo representativo da extensão do poder das plataformas sobre o trabalho de produtores de conteúdo e da impotência dos mesmos para lidar com eventuais abusos é o episódio ocorrido em julho de 2021, quando a *Twitch* anunciou um reajuste na cobrança de taxa de inscrição em seus canais afiliados, com alto impacto na remuneração de seus *streamers*. Até então, a empresa considerava a taxa de 4,99 dólares, convertida para moedas locais, como custo padrão de

inscrição na modalidade mais básica para usuários, o que na época correspondia a R\$ 22,99, gerando para os *streamers* um repasse médio de R\$ 7,90 por assinante. Com o reajuste, a *Twitch* passou a adaptar seus preços para as moedas locais, mudando o valor da inscrição básica no Brasil para R\$ 7,90⁴⁴, o que passou a render um repasse de apenas R\$ 2,50. Com isso, trabalhadores da plataforma viram seus ganhos reduzidos em aproximadamente 60% (Arraz, 2021).

Esta medida causou indignação entre as pessoas produtoras de conteúdo na *Twitch*, catalisando, pela primeira vez, um intenso debate sobre condições de trabalho entre *streamers* e resultando em uma paralisação coletiva da categoria, além de uma movimentação inicial para a formação de um sindicato (Izidro, 2021; Palmeira, 2021), ambos articulados em plataformas de redes sociais como o *Twitter* (atual X)⁴⁵ e um servidor no *Discord*⁴⁶.

A mobilização se dividiu em dois por causa da forte rejeição de parte da comunidade *gamer* ao ativismo trabalhista, já que essa parcela não queria ser associada a sindicalistas tradicionais, mesmo usando o termo “sindicato”, depois substituído por “união”. Um ponto central da argumentação do grupo dissidente, autointitulado União dos *Streamers*, era a ideia de que o movimento não deveria ser político e não deveria cobrar regulamentação legal da profissão, discurso alinhado ao posicionamento altamente antiestado de movimentos da *alt-right*. Já a outra organização do movimento, autodenominada Apagão dos *Streamers*, procurava se alinhar a um movimento sindicalista mais amplo e aos ativistas trabalhistas de organizações de esquerda.

Assim, a divisão da mobilização foi, ao mesmo tempo, representativa das disputas políticas na cultura de jogos digitais e um prenúncio do fracasso dos protestos. Também é importante ressaltar que a resistência da comunidade de produtores de conteúdo *gamers* a regulamentação trabalhista se estende ao debate sobre questões de diversidade e inclusão no cenário, e torna esses *streamers* facilmente cooptados por grupos de extrema direita com discurso antipolítica (Falcão et al., 2020).

⁴⁴ Os valores para cada país, antigos e atuais, estão disponibilizados no site oficial da plataforma: https://help.twitch.tv/s/article/local-sub-price-countries?language=pt_BR

⁴⁵ <https://twitter.com/apagaotwitch>

⁴⁶ Para membros aprovados pela moderação (no momento da mobilização, aceitou todas as pessoas interessadas). Ainda ativo, mas sem atualizações recentes.

Mesmo com os protestos, a *Twitch* nunca voltou atrás em sua decisão, e muitos *streamers* acabaram abandonando a plataforma após tentarem compensar seus ganhos aumentando a carga de horas trabalhadas em *lives*, o que se mostrou insustentável para os mesmos. Nos meses subsequentes à decisão da *Twitch*, relatos sobre essas experiências de desistência, indignação, abuso trabalhista e luto foram frequentes nas redes sociais. Algumas das mensagens mais recentes do servidor do *Discord* criado para viabilizar a criação do sindicato da categoria expressam desânimo diante da desmobilização dos *streamers* e da derrota perante a *Twitch*.

Nesses casos, uma das poucas estratégias de proteção possíveis para influenciadores que vivem exclusivamente da produção de conteúdo em redes sociais é diversificar sua atuação para outras plataformas por meio da prática que Harris (2022) define como trabalho complementar, um tipo de trabalho de visibilidade que além de promover o *streamer* também promove a plataforma onde ele acontece. Para exemplificar essa abordagem, Harris analisou a campanha do *streamer* da *Twitch* Tim the Tat Man para ganhar sua primeira coroa no jogo *Fall Guys* (Mediatonic, 2020) durante a semana de lançamento do jogo. Após ter muita dificuldade de conseguir uma vitória, o *streamer* passou a ser provocado por colegas de profissão e pelo perfil oficial de *Fall Guys* em outra plataforma, o X (antigo *Twitter*), gerando uma movimentação que atraiu público e causou um pico significativo de audiência em suas lives na *Twitch*. Durante esse episódio de trabalho complementar, o *streamer* simultaneamente aumentou sua própria visibilidade e a das plataformas em que atua, o que mostra que mesmo estratégias de diversificação visando aumentar a viabilidade trabalhista de *streamers* favorecem as plataformas, o que dificulta muito práticas de resistência nesse sentido.

Outro ponto analisado por Harris é que o trabalho complementar não é igualmente acessível para pessoas de minorias sociais. No mesmo estudo (Harris, 2022) o pesquisador também analisou uma campanha conduzida pela *Twitch* para substituir o popular *emote*⁴⁷ PogChamp, após o *streamer* retratado nele, Ryan 'Gootecks' Gutierrez, se envolver no ataque ao Capitólio dos Estados Unidos conduzido por terroristas de extrema direita em 2021. A plataforma idealizou uma ação em que *streamers* diversos em gênero, orientação sexual e etnias

⁴⁷ Imagem usada pelo público no chat para expressar emoções e reações, o emoji da *Twitch*.

reproduziram a expressão de choque de Gutierrez, e assim tinham suas imagens usadas no *emote* por 24 horas. Ao final da campanha, a nova versão do PogChamp seria votada pelo público e adotada definitivamente.

Porém, quando as páginas oficiais da *Twitch* divulgaram *streamers* mulheres, não brancos e LGBTQIAPN+ como o PogChamp do dia, a reação do público, infelizmente de forma esperada dado o contexto da cultura *gamer*, foi tão violenta nos ataques direcionados a esses influenciadores que a plataforma optou por não postar mais seus perfis e páginas nas suas redes oficiais e por remover totalmente o *emote* da plataforma. Assim, eles não puderam obter os ganhos em visibilidade e validação esperados por uma campanha onde apareceriam como parceiros oficiais e personalidades relevantes da *Twitch*. A plataforma, em vez de promover condições de segurança adequadas para sua participação na campanha, optou por simplesmente removê-los da mesma.

Considerando a articulação entre funcionalidades das plataformas e relações de gênero no trabalho, Garvey (2023) argumenta que mulheres *streamers* têm seus meios de expressão delimitados pelas *affordances* de plataformas, especialmente considerando aspectos técnicos como visibilidade no algoritmo da *Twitch* e funcionalidades de moderação, e suas consequentes implicações sociais, como motivação para *streamar* e percepções do *gatekeeping*.

No contexto do design de interação (Norman, 2006), uma *affordance* é uma característica que, ao mesmo tempo, sinaliza e determina como um produto pode ser usado. Nas plataformas digitais, as *affordances* são a soma das funcionalidades dessas infraestruturas com o seu design, moldando suas possibilidades de utilização por parte dos usuários. A relação com as *affordances* não é unilateral: embora as definições mais clássicas do design de interação sugiram um designer onisciente das necessidades de um usuário desamparado, graciosamente moldando e mostrando os melhores usos de um sistema, na verdade a interação com tecnologias é mais complexa e flexível, e *affordances* são apropriadas, ressignificadas e até inteiramente criadas pelos usuários.

Pessoas não usam tecnologias da forma que é esperado que o façam: elas modificam, adaptam e até mesmo subvertem recursos tecnológicos de acordo com suas necessidades ou desejos. Este relacionamento ativo e criativo entre usuários e tecnologias contraria a tradição determinista previamente descrita da IHC (interação humano-computador). De acordo com essa linha de design de interface, *affordances* de interface devem

informar os usuários sobre as formas mais eficientes e efetivas de interagir com um sistema. Essa suposição inclui várias outras, começando com a crença de que existe um jeito correto (ou, pelo menos, melhor) de usar softwares. A segunda suposição inerente é que designers sabem qual é. Terceira, que bom design é capaz de direcionar os usuários para este uso, excluindo outras possibilidades. Juntas, esse conjunto de crenças implica que design de interface pode – e deve – definir as interações entre usuários e softwares⁴⁸. (Fragoso, Rebs, Barth, 2012)

Fragoso, Rebs e Barth (2012) apresentam um amplo panorama das definições, classificações e aplicações de *affordances*, que complexifica a mera sinalização de funcionalidades sugerida por algumas correntes do design de interface. As autoras destacam as interações entre *affordances* técnicas, que são elementos de interface e funcionalidades embutidas no design, e *affordances* socioculturais, que compreendem as práticas e apropriações que se dão no contexto comunitário dos usuários de um sistema. As *affordances* sociotécnicas resultam do entrelaçamento entre essas duas modalidades, onde usuários combinam os usos previstos no design da interface com suas próprias abordagens sociais e culturais. Assim, as práticas descritas nesta pesquisa são exemplos de *affordances* sociotécnicas.

De acordo com as profissionais entrevistadas por Garvey (2023), mudanças recentes na *Twitch*, como a inclusão da *tag* LGBTQIA+ para identificação de canais e o aumento da ocupação feminina na plataforma contribuem para uma percepção positiva das usuárias em relação à sensação de pertencimento e à criação de comunidades. O autor também observou que esses elementos contribuem para que as *streamers* percebam a si mesmas como *entertainers* e profissionais criativas, como já mencionado.

Por outro lado, essas mudanças não contemplam aspectos como o trabalho invisível e a precariedade trabalhistas aqui expostos, assim como suas especificidades considerando trabalhadores de minorias sociais, mostrando que a plataforma tende a ignorá-los e a focar sua visão de inclusão exclusivamente na

⁴⁸ No original: “People don’t use technologies as they are expected to: they modify, adapt and even subvert technological features according to their needs or desires. This active and creative relationship between users and technologies goes against the previously described deterministic tradition in HCI. According to that line of interface design, interface affordances must inform users about the most efficient and effective ways to interact with a system. This assumption encompasses several others, starting with the belief that there is a correct (or, at least, a best) way of using software. The second inherent presumption is that designers know which way is that. Third, that good design is capable of directing the user towards it, ruling out other possibilities. Together, this set of beliefs implies that interface design can – and must – define the interactions between users and software.” (Tradução minha)

ampliação e direcionamento de públicos-alvo, conclusão que dialoga com os estudos de Shaw (2014) e Ruberg (2019b). Por exemplo, mesmo com a inclusão da *tag* LGBTQIA+ e com o aumento da presença feminina na *Twitch*, o algoritmo que seleciona os profissionais a serem exibidos na página inicial da plataforma prioriza homens heterossexuais e cisgêneros (Dallegrave; Paes; Fontoura, 2022).

Paz (2016), em sua dissertação sobre a centralidade e multiplicidade das modalidades de performance na *Twitch*, demonstra como a percepção de trabalho criativo na plataforma é consequência de uma complexa rede de interações entre mediações tecnológicas (como *affordances* e algoritmos) e práticas de comunidade que constantemente expandem e tensionam essas delimitações técnicas. Assim, performar na *Twitch* é uma forma de *play*, termo que, segundo o autor, contempla um amplo espectro polissêmico, podendo ser entendido como atuar, jogar, disputar, brincar, movimentar, representar e imitar, favorecendo a percepção do ato de *streamar* como uma atividade lúdica.

Essa percepção de trabalho criativo tem um papel importante na manutenção de trabalhadores na plataforma, apesar da sua precariedade. Mesmo considerando a vulnerabilidade da sua posição e do alto grau de controle que as plataformas exercem sobre o conteúdo publicado por seus usuários, influenciadores digitais que escolhem essas infraestruturas como principal campo de atuação profissional muitas vezes vivenciam uma profunda sensação de liberdade associada ao trabalho nas mesmas, justificada pela possibilidade de escolher temas e frequência de publicações (mesmo que essas estejam sujeitas à governança arbitrária das grandes empresas de tecnologia), e pelo contato direto com suas audiências.

Além disso, muitas pessoas escolhem criar conteúdo sobre assuntos que são considerados por elas *hobbies* ou paixões pessoais, o que adiciona uma outra camada de complexidade na relação ambígua entre liberdade e exploração promovida pelo trabalho plataformizado, sendo a mentalidade empreendedora um elemento central para que *streamers* não contabilizem suas cargas de trabalho como abusivas (Johnson, 2021). Em sua análise dos trabalhadores da indústria criativa que atuam em plataformas digitais, Siciliano (2021) discute como o amor ao trabalho e o prazer associado à funções exercidas nesse segmento de mercado, combinados ao modelo predatório das plataformas, acaba atuando como uma armadilha para manter os trabalhadores em posições precarizadas, sob ideais de meritocracia e da percepção do chamado “trabalho dos sonhos”, de forma

semelhante ao que acontece com a mobilização do amor ao trabalho na indústria de desenvolvimento de games (Bulut, 2020).

5.2.1.1 Sobre a *Twitch*

A plataforma de *streaming* que popularizou as lives focadas em jogos digitais, e cuja marca é mais fortemente associada a esse nicho entre público, é a *Twitch*. Ela entrou no ar pela primeira vez no dia 19 de março de 2007 e foi criada pelos então colegas de apartamento Justin Kan, Emmet Shear, Michael Seibel e Kyle Vogt. Inicialmente nomeada *Justin.tv*, a plataforma nasceu como um espaço para criação e exibição de *lifecastings*, a prática de transmitir a própria vida 24 horas por dia. Esse era um momento cultural extremamente propício para o lançamento de um produto de mídia focado no cotidiano de pessoas comuns: a *Justin.tv* se posicionava em continuidade à *cam culture* dos anos 90, movimentada pelos primeiros aplicativos de videochamada e pela ascensão das *cam girls*, que então eram jovens mulheres transmitindo suas rotinas em sites pessoais (sendo Jennifer Ringley, a Jennicam, a mais conhecida); e alinhada ao pioneirismo dos primeiros *vloggers*, já que o *YouTube* havia sido lançado em 2005 e crescia rapidamente. Além das plataformas de vídeo, outras redes sociais, como o Facebook (2004), o *Twitter* (2006) e o Tumblr (2007) também tiveram lançamentos bem-sucedidos no mesmo período, e o público parecia interessado em acompanhar o cotidiano de outras pessoas que não eram celebridades ou figuras públicas (Taylor, 2018).

Porém, embora a exposição online da vida cotidiana fosse uma tendência crescente no período, o *lifecasting* não parecia suficiente para sustentar uma empresa ambiciosa a longo prazo, já que a imprevisibilidade do formato o tornava instável no seu potencial de atrair anunciantes. Após algum tempo, os executivos da *Justin.tv* notaram que os influenciadores focados em jogos digitais tinham as maiores audiências da plataforma, o que motivou o reposicionamento da marca sob o nome *Twitch* e a criação de um novo braço focado na transmissão ao vivo de *gameplays* a partir de 2011, que viria a se tornar a *Twitch.tv*. A *Justin.tv* foi oficialmente desativada em 2014 (Taylor, 2018). Hoje, a *Twitch* possui outros nichos além de jogos digitais, como artesanato, música e estilo de vida, mas os games continuam sendo o principal conteúdo do serviço.

A proposta da *Twitch* segue a linha de outras plataformas de produção de conteúdo: os usuários podem criar canais para fazer as próprias transmissões, ou apenas acompanhar criadores de sua preferência. Criadores podem classificar suas *lives* com indexadores – como *tags*⁴⁹, títulos e descrições – e assim facilitar o encontro com públicos mais alinhados aos seus interesses. Durante as transmissões, o *streamer* pode acompanhar as reações do público por meio do *chat*, onde os espectadores podem enviar mensagens de texto, *emotes* e outras reações específicas, dependendo da proposta do canal.

A monetização da atividade é feita por meio de duas fontes: a própria *Twitch*, que remunera os *streamers* por doações e inscrições recebidas e pela exibição de publicidade em suas *lives*, de acordo com regras próprias (que podem mudar arbitrariamente); e o público, que pode fazer pagamentos diretos aos criadores por canais alternativos divulgados durante a transmissão (como contas bancárias, pix e outros serviços financeiros). Considerando a limitação e instabilidade na monetização direta via *Twitch*, é comum que os *streamers* encontrem soluções criativas para potencializar os seus ganhos, como desafios e apostas. Uma prática comum nesse sentido, por exemplo, é a *subathon*, junção das palavras *subscription* (inscrição) e *marathon* (maratona). A *subathon* consiste em uma transmissão onde o *streamer* se desafia a permanecer online desde que receba novos inscritos dentro de um intervalo de tempo. Por exemplo, o tempo de transmissão seria inicialmente 5 minutos, mas a cada nova inscrição esse tempo aumenta em mais 5 minutos, mantendo o criador online enquanto chegam novos inscritos. É comum que essas transmissões ultrapassem dezenas de horas.⁵⁰

Além dos possíveis abusos nas horas de trabalho resultantes das condições de monetização na plataforma, a *Twitch* apresenta também um histórico de problemas na forma com que lida com criadoras mulheres. Uma das questões mais sensíveis é sua regra para “vestimentas inapropriadas”: em 2020 a plataforma precisou descrever detalhadamente o que considera adequado em termos de nudez e insinuação sexual⁵¹ após banir mulheres por vestimentas cotidianas, como blusas

⁴⁹ Palavras-chave que podem ser associadas a conteúdos digitais de forma a facilitar sua classificação por ferramentas de busca.

⁵⁰ O streamer itsgng, por exemplo, chamou a atenção por atingir a marca de 85 horas em sua *subathon*. Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/streamers/noticia/2022/02/22/streamer-fica-perplexo-ao-acordar-e-ver-85-horas-em-seu-subathon.ghtml> . Acesso em: 19 de junho de 2025.

⁵¹ Disponível em: <https://blog.twitch.tv/en/2020/04/07/update-to-our-nudity-and-attire-policy/>

de alças, tops esportivos e até mesmo *cosplays*⁵², sob a alegação de violação do código de conduta neste sentido, uma prática que reforça a ideia de que corpos femininos são inerentemente sexuais.

Outra polêmica, ainda envolvendo vestimentas, é o nicho de *hot tub streamers*, mulheres jovens que fazem lives vestindo biquínis dentro de banheiras, explorando um ponto específico no regulamento da plataforma permitindo o uso de trajes de banho para *streaming* em ambientes onde seu uso é justificado, como piscinas e banheiras. Mesmo sendo resultado de uma brecha, este tipo de conteúdo cresceu muito na *Twitch* antes de ser limitado a uma *tag* própria, provocando discussões sobre sua pertinência em um espaço dedicado a outros tipos de conteúdo, sua proximidade com o que seria visto como inapropriado por insinuação sexual pela plataforma, e a forma que ele reitera a imagem feminina como mero objeto de desejo na cultura *gamer*⁵³.

Por fim, pode ser difícil para mulheres conciliarem maternidade e *streaming*, não apenas pela instabilidade financeira e carga excessiva de trabalho, mas também pelo regulamento da *Twitch*. Em 2020, a *proplayer* e *streamer* brasileira Taynah “tayhuhu” Yukimi foi banida da plataforma após sua filha de 3 anos entrar no espaço onde a criadora transmitia e interagir brevemente com o *chat*, enquanto a mãe se retirou rapidamente para buscar uma encomenda e preparar a refeição da criança. Como justificativa, foi alegado que Taynah violou a regra de não permitir que crianças apareçam nas transmissões. A profissional permaneceu três meses afastada do serviço, mesmo com intensa mobilização de grandes *streamers* brasileiros a seu favor, fomentando o debate de como uma punição tão rígida inviabilizaria a participação de mães na plataforma (Melo, 2020).

A participação feminina na comunidade de *streamers* então é limitada por questões da plataforma, da cultura *gamer* e da sociedade patriarcal como um todo, intensificando o desafio de existir neste espaço enquanto mulher feminista.

⁵² Como, por exemplo, os casos citados nas seguintes reportagens: <https://gamerant.com/twitch-streamer-chun-li-cosplay-ban/> e <https://gamerant.com/exohydrax-twitch-ban-why/>. Acesso em: 19 de junho de 2025.

⁵³ As políticas da *Twitch* em relação ao *hot tub streaming* estão disponíveis em: <https://blog.twitch.tv/pt-br/2021/05/21/lets-talk-about-hot-tub-streams/>

5.2.1.2 Expressando feminilidade e feminismo como streamer de games

Para sustentar o trabalho em uma área competitiva e discriminatória para mulheres como a indústria de games, as profissionais precisam administrar tanto a precariedade trabalhista quanto a sua própria condição de mulheres, o que impacta significativamente suas expressões de feminilidade e de feminismo. Rogstad (2021) apresenta uma revisão de literatura da questão de gênero nos *esports* – um segmento do mercado *gamer* que tem relação próxima com o *streaming* – em que classifica a produção científica na área em três grandes temas: 1) masculinidades nos *esports*; 2) assédio online; 3) negociação de expectativas de gênero. A partir desse panorama, Rogstad conclui que a masculinidade nos *esports* é complexa e difícil de categorizar, e assim também é a noção de feminilidade nestes espaços.

Existem intersecções e sobreposições entre a cultura dos *esports* e dos esportes tradicionais, sendo que características associadas a atletas homens como força, competitividade e assertividade são também valorizadas nos *proplayers*. Já as mulheres, por sua vez, estabelecem negociações e apropriações com os estereótipos de gênero para conseguirem permanecer nesses espaços, por vezes adotando uma agressividade vista como masculina para serem aceitas, ou assumindo posicionamentos que as distanciam do feminismo em declarações públicas, atribuindo o seu sucesso ou fracasso puramente ao esforço individual e apagando as estruturas de dominação presentes nos *esports* como forma de se distanciar do estereótipo de fragilidade feminina e de se proteger da misoginia antifeminista desses espaços. Muitas *streamers* adotam esse mesmo comportamento como estratégia de proteção.

Ruvacalba et al. (2018) exploram a questão das diferenças de recepção da performance de *proplayers* e *streamers* mulheres por parte do público em relação a seus colegas homens. Os autores apresentam dados que comprovam que não existe uma diferença significativa entre o desempenho de homens e mulheres em modalidades de esportes eletrônicos que justifique o tratamento discrepante dispensado a profissionais de gêneros diferentes. Porém, apesar disso, mulheres são afetadas tanto pelos recorrentes episódios de agressão online – que o anonimato das plataformas de jogos e de *streaming* potencializa – quanto pelo estereótipo de menos habilidosas nos jogos do que seus colegas homens. Por isso, muitas jogadoras evitam o rótulo “*gamer girl*”, pois sentem que assumir o orgulho de

suas identidades femininas trará consigo *cyberbullying* e a conexão com os estereótipos negativos associados a mulheres na cultura *gamer*.

Outro ponto levantado pelos autores é que o assédio online também abala a confiança das jogadoras, afetando sua autoestima e seu desempenho. Apesar do fato de que mulheres e homens recebem insultos de ambos os gêneros com frequências aproximadas durante partidas online, mulheres são mais propensas a serem assediadas sexualmente. Esses episódios de assédio sexual têm como agressores jogadores homens que sentem suas masculinidades estão sendo ameaçadas de alguma forma (ao serem derrotados por mulheres, por exemplo). Isso sugere que o assédio sexual é uma forma institucionalizada de sustentação da masculinidade nos *esports* e contra profissionais do *streaming*, resultando em ambientes misóginos e inseguros para as jogadoras, que têm seu desempenho, e, portanto, suas oportunidades de carreira, prejudicados por isso.

Cullen (2022) fez um levantamento da percepção da imagem de *streamers* feministas por parte da comunidade de *gamers* falantes de inglês no *Reddit*. Ela categoriza os discursos centrais sobre o assunto em três grandes temas: a ideia de que as feministas que se manifestam contra o machismo na indústria de games são um tipo “ruim” e “errado” de feministas; a crença de que o feminismo é danoso para a cultura de jogos digitais; e o conformismo com as agressões sofridas por *streamers* feministas, sob a justificativa de que isso é inerente ao modo de ser da comunidade *gamer*. Cullen identifica no grupo analisado uma tendência a não rejeitar abertamente o feminismo, pois no momento pós *GamerGate* isso pode ser malvisto pela comunidade externa.

Em estudo sobre o papel da gamificação na lógica do *GamerGate*, Cross (2016) observou que após o episódio as empresas do setor de games adotaram uma abordagem mais focada no gerenciamento de suas imagens públicas do que no apoio e na reparação às vítimas do movimento. Esse posicionamento estratégico parte do princípio que, ao extravasar os espaços de nicho da cultura de jogos digitais e se tornar visível às outras audiências, considerando também que o apoio ao feminismo hoje tem mais aceitação na sociedade e na mídia institucionalizada, o *GamerGate* como movimento colocou a comunidade *gamer* em uma posição delicada perante a opinião pública, sendo, portanto, necessário repudiar abertamente as ações mais violentas de seus integrantes. Assim, empresas que no primeiro momento cederam à pressão do movimento em ações como, por exemplo,

retirar seus anúncios de sites críticos ao *GamerGate*, como o *Kotaku*⁵⁴, após pressão de ativistas do movimento; acabaram por voltar atrás por identificarem o dano desse suporte a seus posicionamentos de imagem em termos de relações públicas⁵⁵.

De acordo com Cross, esse tipo de abordagem é espelhado pelos próprios membros do *GamerGate*, que ao perceberem a ampla rejeição às suas ações mais violentas entre o público e mídia passaram a moderar internamente o tom das agressões, procurando dar alguma legitimidade ao movimento ao opor “bons” ativistas – que se limitavam a “apenas” assediar verbalmente os então identificados inimigos do *GamerGate* – aos “maus”, que cometiam crimes como *doxxing*⁵⁶ e ameaças de morte.

Partindo da análise de Cross, Cullen (2022) afirma que essa estratégia – nomeada pejorativamente por muitos *gamers* como “politicamente correta” – ao mesmo tempo reconhece que o feminismo é visto favoravelmente pela opinião pública, e, portanto, criticá-lo pode resultar em efeitos negativos para a comunidade, e o rejeita, considerando como ativistas válidas apenas as feministas que são alinhadas ao status quo. Feministas mais vocais, compreendidas pelo público *gamer* como “extremistas”, são, portanto, constantemente policiadas pela comunidade. Ironicamente, esta dualidade entre “boas” e “más” feministas reflete a divisão entre “bons” e “maus” *GamerGaters* identificada por Cross. A ironia reside no fato de que, de acordo com a análise de Cullen, algumas *streamers* feministas adotam essa categorização binária para evitar críticas da comunidade *gamer* ao seu posicionamento ativista, argumentando que não são do tipo “errado” de feminista e condenando publicamente os protestos dessas últimas, espelhando assim as estratégias de seus principais agressores, uma prática que pode ser classificada também como violência simbólica auto infligida, conforme observado por Kurtz (2019). Por outro lado, a autora reconhece que essa posição ambígua em relação ao

⁵⁴ O site Kotaku, especializado em notícias do setor de games, foi um dos grandes alvos do *GamerGate* devido a seu suporte à cena de jogos independentes feministas e queer e pelo fato de que muitas pessoas jornalistas que se identificavam abertamente como feministas e apoiadoras de outras causas sociais trabalhavam em sua redação. O site está disponível em: <https://kotaku.com/>.

⁵⁵ No Brasil, é possível ver movimento semelhante no caso *Razergate*, aqui descrito. Porém, diferentemente do que ocorreu no *GamerGate*, a Razer nunca voltou atrás no seu suporte ao movimento de *cyberbullying* em questão. Outro exemplo desse tipo de prática é o posicionamento da Xbox Brasil no caso Xbox MilGrau, analisado em artigo escrito em parceria com Mayara Caetano durante o desenvolvimento dessa pesquisa (Caetano, Blanco, 2022).

⁵⁶ Prática de *cyberbullying* que consiste em publicar dados pessoais da vítima, tais como endereço residencial, contatos pessoais e dados bancários.

feminismo já representa um aumento de aceitação ao mesmo nas comunidades *gamers* em relação ao cenário de décadas passadas, considerando essa aceitação relutante um tipo de legado positivo pós-*GamerGate*.

Outro tipo de policiamento do comportamento das *streamers* é o constante assédio sexual sofrido por elas, como expõem Ruberg e colegas (2021). Por meio de uma análise quantitativa de comentários feitos sobre mulheres *streamers* que trabalham na plataforma *Twitch* em um fórum no site *Reddit*⁵⁷, as autoras contextualizam o insulto *titty streamer*⁵⁸, termo pejorativo que os usuários usam contra profissionais que eles julgam exibir demais seus corpos, principalmente seus seios em trajes decotados, durante as lives. O xingamento é justificado por esse público por, em seu ponto de vista, ser direcionado contra mulheres que adotam um “caminho fácil” para conquistar likes e seguidores nas plataformas de *streaming*, usando seus corpos para ganhos financeiros.

As pesquisadoras argumentam que esse discurso evidencia as ansiedades desses espectadores em relação à presença feminina em um ambiente de trabalho *gamer*, portanto visto por eles como masculino por padrão. O termo *titty streamer* é empregado como um recurso defensivo contra mulheres que ocupam e conseguem melhor desempenho nesse espaço, de tal forma que um dos comentários analisados argumenta que tais profissionais deveriam “agir como os homens e se cobrirem” se querem ser respeitadas e legitimadas como verdadeiras *streamers*.

É possível também associar essa postura defensiva com a ideia do “amor ao trabalho”, considerando que os críticos ao dito trabalho fácil dessas mulheres compreendem a oportunidade de atuar profissionalmente jogando videogames diante de uma câmera como um privilégio mais próximo do lazer que do trabalho formal, duplamente deslegitimando a sua atuação ao considerar a exibição de seus corpos uma camada extra de “facilidade” na sua atuação profissional. Assim, o termo *titty streamer* materializa as intersecções entre a vigilância dos corpos femininos e as fronteiras borradas entre trabalho e lazer que caracterizam a ideologia masculinista e supremacista branca do trabalho em games (Bulut, 2020).

É importante ressaltar também que este “trabalho fácil” diante das câmeras é sustentado por uma carga imensa de trabalho invisível, principalmente de trabalho

⁵⁷ Site de rede social e agregador de notícias em formato de fóruns, bastante popular e caracterizado pelo anonimato. Disponível em: <https://www.reddit.com/>.

⁵⁸ Que pode ser traduzido livremente como “streamer de peitos”.

emocional, como exposto por Guarriello (2019) em sua análise etnográfica das lives da *streamer* especializada no jogo Pokémon Jubilee. O pesquisador acompanhou a rotina de transmissões de Jubilee como parte de seu chat⁵⁹, e relatou suas percepções do intenso trabalho emocional da *streamer* ao se comportar como uma amiga próxima de seu público. Além das transmissões em si, Jubilee é constantemente demandada para que comente de sua vida pessoal, poste fotos e mensagens para seus seguidores em seus canais de mídias sociais e até mesmo que inclua seu companheiro em suas transmissões, mesmo quando ela demonstra desconforto com estes pedidos pessoais. Guarriello argumenta que as lives de Jubilee e de outras *streamers* colocam o trabalho emocional feminino, tradicionalmente limitado ao ambiente doméstico e não remunerado, como elemento central desse novo campo de atuação profissional, tornando rentáveis habilidades de cuidado e de conforto historicamente menosprezadas justamente por serem associadas às mulheres.

Essa ocupação feminina pode ser associada ao desconforto masculino exposto por Ruberg e colegas (2021), resultando nos insultos que têm como objetivo deslegitimar essas profissionais. Porém o autor argumenta que, mesmo rentáveis, essas atividades continuam acontecendo de forma precarizada, e que essas profissionais não têm nenhuma estabilidade financeira e trabalhista institucional, dependendo exclusivamente das doações de seu público. O trabalho com *streaming* é, portanto, um campo inseguro e instável, resultado do contexto atual de neoliberalismo plataformizado e capitalismo tardio nas relações de trabalho.

5.2.1.3 Vitimização e cyberbullying

A questão do *cyberbullying* é um ponto importante no debate sobre manifestações do machismo na cultura *gamer*. Zöe Quinn, o principal alvo do *GamerGate*, aborda em seu livro sobre o episódio (Quinn, 2017) o quão difícil é combater a violência em ambientes online porque, entre outros motivos técnicos levantados pela autora, existe uma tendência a abordar as agressões sexistas como uma questão moral de alguns indivíduos agressores em vez de um problema sistêmico da própria cultura *gamer* em associação com plataformas de mídias

⁵⁹ Termo usado para denominar o público de uma streamer que se comunica com ela durante as transmissões via mensagem de texto.

sociais, que facilitam e até mesmo promovem esse tipo de prática por meio de suas *affordances*.

A autora conta como, antes do *GamerGate*, ela mesma já se envolveu em episódios de *cyberbullying* como agressora, motivada por uma combinação de conveniência tecnológica, falta de evidências materiais das consequências das suas atitudes (que ficam bastante diluídas e pouco visíveis em ambientes online) e desejo de socializar com outros membros da comunidade, entre os quais a prática de *cyberbullying* é considerada uma forma de lazer e de criação de vínculos. A ênfase dos algoritmos de curadoria de plataformas digitais em métricas de engajamento (Noble, 2021) atua como um reforço positivo adicional nesses casos, consolidando ainda mais o *cyberbullying* como prática frequente nas comunidades *gamer* em plataformas digitais, sendo assim um desafio central para *streamers* feministas.

As preocupações expressadas por Quinn têm paralelos com a análise de Katherine Cross (2016) em seu estudo das estratégias de gamificação adotadas por ativistas do *GamerGate*. A autora discute como essa abordagem desumanizou os alvos do movimento de ódio e contribuiu para sua ampliação nas redes sociais. Cross afirma que, apesar da euforia otimista que acompanha a gamificação em muitas de suas aplicações comerciais, sua prática é uma estratégia extremamente perigosa para mobilização social, contradizendo perspectivas mais positivas, como a de McGonigal (2012), para quem os jogos e a gamificação podem ensinar comportamentos sociais positivos e, potencialmente, corrigir situações de injustiça.

Cross contesta essa perspectiva argumentando que, em vez de atuar como um meio eficiente de ensino, ao tornar tarefas e rotinas enfadonhas altamente engajantes por meio de elementos de *game design*, a gamificação tem como efeito colateral esvaziar complexidades e ambiguidades por resumir sua aplicação na identificação de inimigos a serem derrotados e de tarefas a serem executadas como meros meios para a vitória, eliminando qualquer possibilidade de discussão ética ou de problematização da ideia de “vencer” em algumas situações. No caso do *GamerGate*, os membros do movimento de *cyberbullying* foram eficientes em transformar as agressões contra indivíduos identificados por eles como inimigos (tais como ativistas feministas e seus apoiadores) em metas gamificadas, desumanizando assim os mesmos e justificando suas agressões como meras “palavras na internet”, estratégia posteriormente amplamente adotada por ativistas da extrema direita.

Extrapolando a análise da problemática da redução de conflitos a derrotar inimigos e cumprir tarefas para além da gamificação, Cross argumenta que a própria estrutura dos jogos, como têm sido definidos e desenvolvidos por parte significativa da academia e da indústria, tem relação direta com práticas de toxicidade. Este argumento encontra paralelos no trabalho de Kurtz (2019), que analisa a extensão da violência simbólica contra mulheres por meio da análise de partidas de MOBAs⁶⁰ postadas por *streamers* femininas em seus canais na plataforma *Twitch*.

A autora argumenta que a violência simbólica misógina compreende aspectos que vão da seleção de personagens às manifestações discursivas durante as partidas, e que, além de serem perpetradas por jogadores homens, também são muitas vezes auto infligidas por meio da reprodução da lógica patriarcal por parte das jogadoras. Essa violência simbólica machista auto infligida compreende práticas diversas, como se desvalorizar perante outros jogadores (pedindo desculpas constantes ou diminuindo o próprio desempenho), desvalorizar outras mulheres ou personagens femininas (como no uso de termos como “piranha” para se referir a elas), ou se silenciando perante outros jogadores (como, por exemplo, escondendo o próprio gênero e evitando usar o chat de voz).

Kurtz conceitua as complexas interações entre práticas discursivas e apropriações do sistema de regras dos jogos na prática de *griefing*⁶¹ como violência de jogabilidade-discursiva, uma delimitação que parte da compreensão de que a violência não acontece somente no âmbito das falas e ações dos jogadores, mas também está circunscrita nas regras do jogo, uma conclusão que dialoga diretamente com os trabalhos de Cross (2016) e Trammell (2020).

A análise de Cross converge com as percepções de vítima de Quinn (2017) ao situar o *cyberbullying* nas comunidades *gamers* como um desdobramento de seus aspectos culturais, como o tipo de estrutura de *game design* mais comum nos jogos comerciais, em que o personagem jogador deve derrotar inimigos e cumprir objetivos para vencer com pouca ou nenhuma reflexão sobre quem são esses inimigos. É notável também como a estrutura das plataformas de redes sociais

⁶⁰ Massive Online Battle Arena, em português Arena de Batalha Multiplayer Online, tipo de game competitivo online em que dois grupos de jogadores se enfrentam com o objetivo de ocupar a base da equipe oponente. A modalidade mais popular no momento é o jogo League of Legends.

⁶¹ Nome dado à prática de sabotar a experiência de outro jogador por meio do uso de brechas na própria jogabilidade de um game online, como, por exemplo, atacar repetidamente um membro da própria equipe, o impedindo de jogar normalmente.

possui elementos que podem ser considerados gamificáveis, tais como a contabilização acrítica de compartilhamentos e curtidas privilegiados pela curadoria algorítmica, e assim catalisam e agravam esse tipo de agressões por terem seu design alinhado à lógica binária e simplista que as motivam. Likes e comentários são contabilizados como “pontos” ganhos, sem considerar se seu conteúdo é inofensivo e agressivo, compensando assim práticas de violência com visibilidade.

Para melhor contextualizar a vulnerabilidade e a ambivalência entre aspectos mercadológicos e ativistas nas atividades profissionais das *streamers* feministas, apresento a seguir os casos de duas trabalhadoras que foram alvo de ações sistematizadas de *cyberbullying* no Brasil nos últimos anos. São episódios que sintetizam os aspectos fundamentais que motivaram minha proposta de pesquisa, assim como as nuances e complexidades nas interações entre eles. Os casos aqui expostos também são importantes como exemplos de mobilizações locais que possuem paralelos com o *GamerGate* em termos de alvos e motivações.

RAZERGATE: O CASO GABRIELA CATTUZZO

No dia 21 de junho de 2019, a streamer de games Gabriela Cattuzzo publicou uma imagem em sua conta no *Twitter* (hoje X) que retratava ela mesma montando em um touro mecânico. A legenda da imagem era “Eu tô montada no chat”, uma brincadeira que deveria ser entendida por seus seguidores como uma referência a forma jocosa pela qual Gabriela se referia aos espectadores das suas transmissões ao vivo, “gado”⁶². A piada interna fazia sentido considerando o tipo de interações bem-humoradas e ácidas que a *streamer* tem rotineiramente com sua base de fãs, porém Gabriela foi surpreendida pelos comentários sexuais em sua foto, que não tinha nenhum teor ou insinuação do tipo. Aborrecida pelo volume e tom abusivo das postagens, a *streamer* respondeu aos comentários com um novo post na rede, onde questionava: “Sempre vai ter um macho fodido para falar merda e sexualizar mulher até quando a mulher tá fazendo uma piada, né? É por isso que homem é lixo” (Kinast, 2019).

Imediatamente após sua segunda postagem no *Twitter*, Gabriela começou a ser atacada por usuários que a acusavam de estar promovendo “ódio aos homens”

⁶² No contexto da cultura *gamer*, em intersecção com algumas comunidades de nicho em redes sociais, “gado” significa uma pessoa que age de forma submissa para agradar à outra, ou para expressar admiração, muitas vezes com intenções sexuais ou românticas. Também pode significar uma pessoa que se deixa ser usada por outra.

devido ao seu desabafo. O movimento escalou em volume e agressividade nas postagens por vários dias, principalmente após o envolvimento de outros influenciadores *gamers* conhecidos por seu alinhamento com discursos antifeministas e de extrema direita. Estes últimos passaram a mencionar a publicação de Gabriela como uma prova de que existe um movimento organizado de mulheres feministas e pessoas com alinhamento político de esquerda determinadas a ocupar a comunidade *gamer* para disseminação de sua agenda política, que incluiria em seus ideais o discurso de ódio contra os homens. Por isso, a comunidade deveria se mobilizar para punir e expulsar essas mulheres e seus aliados.

Focando então em inviabilizar a permanência de Gabriela no mercado de jogos digitais por meio de sua atuação como *streamer*, os participantes do movimento então passaram a direcionar seus comentários para os perfis da empresa Razer, uma das principais marcas de periféricos no segmento *gamer*, que naquele momento mantinha uma parceria comercial com a profissional. Os usuários cobravam que a empresa demitisse a *streamer* em represália a sua postagem alegando que, caso contrário, isso provaria que a marca era conivente com discurso de ódio contra homens. Após muita pressão, a Razer optou por validar os comentários desses usuários, em vez de enfrentar o *cyberbullying* se colocando ao lado da sua profissional parceira. A nota publicada pela marca no dia 24 de junho de 2019, não só concordava com a suposta existência de um discurso de ódio contra homens no post de Gabriela, como ainda afirmava que *gamers* são também vítimas de preconceito, estabelecendo uma falsa simetria entre opressões sistêmicas, como o machismo, e eventuais discriminações pontuais que fãs de algumas mídias enfrentam em situações sociais.

O posicionamento da Razer foi comemorado pelos envolvidos na mobilização, que sentiram seu *cyberbullying* validado pelo mesmo. Enquanto isso, Gabriela deu algumas entrevistas para a mídia (Brandalise, 2019; Caetano, 2019; Rosario, 2019) em que relatou ter recebido inúmeras ameaças de morte por meio de seus canais nas redes sociais e, devido a isso, estar temporariamente afastada de seu trabalho e abrigada na casa de amigos, já que temia por sua segurança naquele momento. O consenso da cobertura midiática do caso foi de que a *streamer* havia sido vítima de machismo, e que o posicionamento da Razer era mais um indício do quão problemática é a indústria de games para mulheres. Após a quebra de vínculo com a

marca, a HyperX, empresa concorrente do mesmo segmento, ofereceu um contrato para a influenciadora, que foi aceito pela mesma. Hoje, Gabriela segue trabalhando na área.

O caso, que ficou conhecido como “*Razergate*” (neste contexto, em referência ao *GamerGate*), evidencia alguns pontos importantes nas dinâmicas entre *streamers* mulheres, posicionamentos feministas (ou de repúdio ao machismo), marcas patrocinadoras e plataformas. A violência e escala da reação ao post de Gabriela mostra o quão normatizado e pervasivo é o discurso antifeminista nas comunidades *gamers*, pois o desabafo da influenciadora foi imediatamente interpretado e enquadrado como uma tentativa de espalhamento de discurso de ódio contra homens, em vez de uma compreensível expressão de frustração contra a constante sexualização que profissionais mulheres sofrem na indústria. A cooptação do episódio por influenciadores de extrema direita também é um aspecto importante como evidência do quanto o entrelaçamento entre molecagem e discursos da extrema direita aumentam e complexificam a vulnerabilidade de influenciadoras digitais mulheres e feministas junto ao público *gamer*. Já a reação da empresa Razer demonstra o quão hegemônico é o discurso antifeminista na indústria, assim como a falta de consciência crítica de segmentos do mercado que até mesmo enquadram um suposto preconceito contra *gamers* como equivalente a uma opressão estrutural. Por fim, o fato de as infraestruturas das plataformas de redes sociais possibilitarem que uma profissional esteja tão vulnerável a ataques e ameaças sem mecanismos eficientes de bloqueio e punição aos envolvidos mostra que as *streamers* não podem confiar nas mesmas para garantir parâmetros mínimos de segurança na realização de seu trabalho.

ISADORA BASILE E A COMUNIDADE DE FÃS DA MARCA XBOX NO BRASIL

Em setembro de 2020, a apresentadora e influenciadora Isadora Basile foi contratada pela Xbox Brasil, representação local da divisão de videogames da Microsoft, para apresentar o programa Xbox News, transmitido no canal oficial da marca. Um mês após, Isadora anunciou em sua conta pessoal no *Twitter* que havia sido subitamente desligada de suas funções. Segundo a apresentadora, a justificativa dada por representantes da Xbox Brasil na ocasião de sua demissão teria sido que o desligamento era uma medida de proteção para a mesma, considerando os inúmeros ataques em suas redes sociais que a influenciadora sofria

por parte de fãs da marca desde que assumiu o cargo de apresentadora do Xbox News.

O episódio gerou revolta por parte de mulheres trabalhadoras da indústria e membros da comunidade *gamer*, que consideraram que demitir Isadora por ser alvo de *cyberbullying* era validar o comportamento agressivo dos consumidores da marca ao punir mais uma vez a vítima de assédio em vez de os seus perpetradores (Redação, 2020; Ferreira, 2020; Souza, 2020). A Xbox Brasil tem um histórico delicado no que diz respeito à proteção de profissionais mulheres que assumem cargos de divulgação e representação da marca. Isadora não foi a primeira apresentadora a se tornar alvo da própria comunidade de fãs: em 2015, as então apresentadoras do programa Inside Xbox (equivalente da época do Xbox News) Thais Matsufugi e Mariana Ayres já eram constantemente alvo de comentários maldosos e machistas em suas páginas nas redes sociais e na sessão de comentários dos vídeos do programa no *YouTube*, conforme relatado em entrevistas dadas por elas no período (Raphael, 2015).

Outro ponto sensível era a ligação de anos da empresa com o grupo de influenciadores e fãs responsáveis pelo canal Xbox Milgrau, conhecidos na comunidade por sua liderança em diversos episódios de assédio, difamação e agressões verbais direcionados a jornalistas especializados em games e a outros produtores de conteúdo no segmento, especialmente mulheres, pessoas de minorias raciais e LGBTQIAPN+ (Caetano, Blanco, 2022; Moura, 2020; Henrique, 2020).

Alegando que a cobertura jornalística favorecia marcas concorrentes à Xbox, como Playstation e Nintendo, os representantes do canal incitam seus fãs e seguidores a assediarem, por meio das redes sociais, jornalistas que publicam opiniões consideradas por eles negativas ou prejudiciais à marca Xbox. Os alvos preferenciais são profissionais mulheres, que costumam ter seu conhecimento sobre games questionado pelos representantes e seguidores do canal, sob a alegação de que elas só estariam empregadas na área por causa de sua aparência ou pelas razões alegadas na teoria conspiratória da “agenda feminista esquerdista”, mencionada anteriormente. Mesmo com esse comportamento claramente abusivo, os membros do canal Xbox Milgrau eram acolhidos pela representação oficial da marca Xbox no Brasil, sendo convidados para eventos oficiais e recebendo patrocínio em viagens e brindes direcionados a influenciadores e jornalistas.

A relação entre empresa e canal perdurou até junho de 2020, poucos meses antes da demissão de Isadora, quando o grupo de influenciadores foi alvo de uma mobilização coletiva que pedia seu banimento das plataformas de redes sociais e a quebra de vínculos com os mesmos por parte da Xbox Brasil, após agressões racistas de membros do canal contra o jornalista Luiz Queiroga. Embora esse episódio não tenha sido a primeira vez em que os representantes do Xbox Milgrau foram abertamente racistas, sem mencionar machistas e transfóbicos, o episódio gerou comoção especial por ter chamado a atenção de Ricardo Régis, jornalista de games e *streamer* negro que idealizou e liderou a mobilização, e por sua proximidade temporal com o movimento *Black Lives Matter*. Os protestos resultaram na desplataformização parcial do canal e no fim das relações de parceria com a Xbox Brasil, devido à pressão popular (Caetano, Blanco, 2022). Porém, a quebra de vínculos foi tardia, considerando o histórico de discurso de ódio e *cyberbullying* do grupo, e a imagem da marca já estava bastante associada à sua leniência com as agressões perpetradas pelos membros do Xbox Milgrau.

Sendo assim, a demissão de Isadora gerou emoções fortes e conflitantes na comunidade *gamer* brasileira naquele momento: os membros e fãs da Xbox Milgrau a comemoraram como uma vitória, intensificada tanto pelo seu histórico de agressões e posicionamentos antifeministas quanto pelo ressentimento devido a derrota recente sofrida após a mobilização da qual foram alvos. Para eles, a demissão de Isadora foi recebida um tipo de “vingança” contra os membros da suposta “agenda feminista e esquerdista” que provocaram o seu banimento. Por outro lado, membros progressistas da comunidade *gamer* e a imprensa especializada interpretaram o desligamento da apresentadora como mais um indício de que, apesar do corte de vínculos com os membros da Xbox Milgrau meses antes, a representação oficial da empresa no Brasil continuava tolerante, se não concordante, com o machismo expressado pelos membros do canal.

Considerando esse contexto, a demissão de Isadora pelos motivos publicados pela apresentadora evidenciou a extensão da normalização do machismo por parte da Xbox Brasil, que havia mantido uma relação de anos com influenciadores conhecidos pela propagação de discursos de ódio, mas demitido uma profissional mulher após apenas um mês de trabalho porque ela era vítima de *cyberbullying*, em parte perpetrado pelos seguidores e fãs desses mesmos influenciadores. Isso deixou a empresa em uma posição delicada no referente a sua imagem pública,

resultando na publicação de uma nota oficial nas redes sociais da marca onde negava os motivos alegados por Isadora e justificava a demissão como parte de uma série de mudanças na estratégia de comunicação da empresa (Redação, 2020).

O caso de Isadora, que hoje trabalha como jornalista, mostra o quão frágil é o relacionamento entre influenciadoras e empresas no segmento *gamer*, sendo que mesmo quando as profissionais não se envolvem em nenhuma polêmica específica, como no episódio do post de desabafo de Gabriela Cattuzzo, elas ainda estão vulneráveis a terem seus vínculos empregatícios, assim como suas parcerias comerciais e patrocínios, cortados pelo simples fato de serem alvos preferenciais de *cyberbullying* devido ao machismo no meio. Ele também evidencia os mesmos complexos entrelaçamentos entre falta de condições mínimas de segurança nas plataformas e a cooptação política de extrema direita, já que os representantes do canal XBox Milgrau são abertamente bolsonaristas e costumam atacar também opositores políticos.

Esses dois casos são apresentados aqui para a contextualização das tensões que eu por vezes chamo de “vulnerabilidade” ao caracterizar o contexto trabalhista das *streamers* feministas. Eles demonstram os fatores que estão implicados quando influenciadoras digitais *gamers* expressam publicamente posicionamentos feministas, e são importantes como parte do referencial coletivo das trabalhadoras da área hoje, sendo constantemente mencionados e lembrados por elas.

5.3 ÉTICA DE TRABALHO GAMER E STREAMERS FEMINISTAS: O CASO SAKURAS AURORA

Como exemplo da concretização dos elementos analisados nesse capítulo em uma ética de trabalho adotada pelas *streamers* feministas de games, apresento aqui o levantamento que fiz com o coletivo Sakuras Aurora (Blanco, 2021). O grupo é apresentado como representativo dessas práticas por ser uma organização vinculada ao projeto Sakuras Esports, iniciativa feminista mais relevante do cenário *gamer* brasileiro nos últimos anos em termos de visibilidade e parcerias comerciais⁶³, e por ter se posicionado desde sua fundação como um viabilizador de

⁶³ O primeiro torneio de League of Legends com foco na seleção de mulheres para o casting principal de uma equipe profissional da modalidade, o Projeto Invocadoras, foi organizado pela iniciativa em

sonhos para mulheres interessadas em ingressar no cenário de *esports* via *streaming*.

A Sakuras Esports foi criada em 2018, com o nome Projeto Sakuras, por um grupo de mulheres interessadas em promover ações de inclusão feminina no cenário brasileiro de *esports*. A iniciativa começou com ações para reunir e orientar mulheres interessadas em atuar profissionalmente por meio da formação de equipes competitivas e na organização de campeonatos exclusivamente femininos, e ao longo de sua existência se expandiu para outras áreas de atuação. Hoje a Sakuras Esports está em hiato por tempo indefinido, após uma série de denúncias de assédio moral e comportamento abusivo por parte de suas lideranças. Porém, em seus últimos meses de atividade, a iniciativa se dividia em várias sub organizações focadas em segmentos de atuação diversos, como a Sakuras Atena, que prestava assessoria médica, jurídica e psicológica para as profissionais; a Sakuras Amaterasu, que cuidava da organização de campeonatos; a Sakuras Monarca, que oferecia workshops e palestras mensais e a Sakuras Aurora, que fornecia assessoria, mentoria e serviços de relações públicas para mulheres *streamers* que buscam a profissionalização

A comunicação institucional da organização se referia às suas embaixadoras como “fadas madrinhas” e às *streamers* assessoradas como “princesas”. A escolha do imaginário das princesas como elemento central na identidade da Sakuras Aurora pode ser associada a uma forma de resistência por parte de mulheres *gamers*, que adotam uma estética fofo e ultra feminina como forma de identificação, diferenciação e de expressão de orgulho em um espaço dominado por homens, uma estratégia também usada por *gamers* LGBTQIAPN+ (Goulart, 2017). Neste contexto a opção pelos contos de fada pode ser interpretada também como uma subversão estética das frequentes narrativas inspiracionais do mercado de *esports*, que são quase exclusivamente sobre homens brancos, heterossexuais e cisgêneros. Porém, também é possível relacionar esse imaginário a uma ideia de “final feliz” que coloca o trabalho com *streaming* como a realização de um sonho, motivo recorrente na ideologia de trabalho branca, colonial e masculinista da indústria de games (Bulut, 2020).

parceria com a INTZ, uma das principais equipes do país. O grupo foi também responsável por revelar a proplayer e streamer Mayumi, um dos nomes femininos do cenário brasileiro mais conhecido internacionalmente, e por inspirar os maiores campeonatos femininos e de inclusão do Brasil hoje, como a Ignis Cup, organizada pela Riot Games.

Para mapear as práticas de trabalho de visibilidade da Sakuras Aurora foi feita a classificação do conteúdo das postagens no perfil oficial da organização no X, então *Twitter*, entre 20 de março, data da primeira postagem da iniciativa, e 11 de setembro de 2021, com foco na recorrência de categorias aqui estabelecidas para fins de análise (Recuero, 2018). O X foi selecionado por ser a plataforma de rede social com mais uso e visibilidade da organização. Foram coletados e classificados manualmente 200 tuítes feitos pelo perfil oficial do Sakuras Aurora, entre postagens e compartilhamentos, desconsiderando interações em resposta a tuítes de terceiros. Os posts foram classificados em categorias, mutuamente excludentes, e os resultados desta classificação estão apresentados na tabela a seguir.

| Categoria | Nº de tuítes | % em relação ao total |
|----------------------------|---------------------|------------------------------|
| Institucional | 69 | 34,5% |
| Divulgação de assessoradas | 82 | 41% |
| Apoio de terceiros | 6 | 3% |
| Causas sociais | 5 | 2,5% |
| Notícias | 9 | 4,5% |
| Questões trabalhistas | 29 | 14,5% |

Tabela 3 - Classificação dos tuítes e retuítes da Sakuras Aurora.

É possível observar a partir do levantamento das postagens no *Twitter* a importância do trabalho de visibilidade para a carreira das *streamers*, e um esforço da Sakuras Aurora em manter sua divulgação mais centralizada nas suas profissionais assessoradas do que em questões ativistas, refletindo e a tendência dos *esports* em se organizarem em torno das narrativas de sucesso empreendedor mesmo em discussões sobre diversidade e inclusão. Porém, ao se considerar o contexto das trabalhadoras dos *esports*, esse posicionamento também representa uma estratégia de sobrevivência e adaptação em um ambiente que constantemente limita as mulheres ao papel de resiliência inspiradora em meio às agressões,

reservando a maior parte das histórias de sucesso para os homens. A estética de conto de fadas pode ser então uma tentativa de apropriação de narrativas de sucesso para um imaginário feminino.

Outra questão relevante a se considerar aqui é que, com a adoção de um posicionamento inclusivo e progressista por algumas empresas de games e de *esports* no pós *GamerGate*, os discursos de *gamers* ativistas de minorias contempladas pelas novas políticas de inclusão tendem a se despolitizarem e a se centrarem mais na celebração identitária do que na conscientização ou no enfrentamento (Goulart, Blanco, Hennigen, 2020). Esta mudança pode parecer negativa do ponto de vista do ativismo social, mas também mostra que ações de reconhecimento e políticas institucionais de diversidade por parte das empresas de certa forma libertam os públicos de minorias para ocuparem os ambientes *gamers* como espaços puramente de lazer. Embora o mercado de *esports* esteja longe de ser igualitário neste sentido, esse esforço de adequação e de despolitização no discurso de uma organização ativista também pode expressar um desejo de ocupar o espaço neste mercado de forma menos combativa, procurando uma posição mais próxima das narrativas aspiracionais de sucesso do que nas de inspiração resiliente.

Enfim, considerando que o trabalho de *streamer* é altamente dependente tanto das plataformas de mídias sociais quanto do patrocínio de grandes empresas do mercado de games, que é condicionado pela aceitação do público, o discurso feminista das profissionais analisadas neste levantamento é bastante conciliador, como observado por Cullen (2022), e extremamente atravessado por posicionamentos neoliberais e pós-feministas (Fraser 2020). Esses atravessamentos se consolidam em estratégias de comunicação que visam atenuar o aspecto político do alinhamento ao feminismo e enfatizar uma expressão de empoderamento feminino que é limitada, e muitas vezes alinhada, à precarização trabalhista dessas produtoras de conteúdo.

6 TENSIONANDO AS REGRAS DO JOGO - UMA PROPOSTA INTERSECCIONAL PARA A ANÁLISE DE RELATOS DE CRIADORAS DE CONTEÚDO FEMINISTAS

Considerando as complexidades e vulnerabilidades que compõem a experiência de uma *streamer* de games brasileira que se posiciona publicamente como mulher feminista, considero fundamental que sua participação nesta pesquisa não intensifique os desafios que caracterizam seu trabalho e seja centrada em sua perspectiva pessoal sobre o tema. A proposta metodológica desta tese foi estruturada de forma a priorizar a fala das *streamers* participantes e contextualizá-las de acordo com as múltiplas instâncias que compõem suas identidades e vivências.

Para isto, proponho a combinação de análise de conteúdo focada no enquadramento e narrativas (Creed et al. 2002; Webb, Mallon, 2007) do material coletado por meio de entrevistas narrativas (Rosenthal, 2014) a partir de uma perspectiva interseccional (Carrera, 2021; Hill Collins, 2000). Para esta exploração, considero as justaposições, sobreposições e intersecções entre narrativas e enquadramentos como parte de um conjunto abrangente de práticas profissionais. A tabela a seguir mostra como essa abordagem foi estruturada em cada etapa da coleta e da análise de dados aqui apresentada.

| Etapa de pesquisa | Resultados |
|---|---|
| Levantamento de dados | |
| Entrevista narrativa com <i>streamers</i> feministas (Rosenthal, 2014; D'Ignazio & Klein, 2020) | Entender as percepções e narrativas pessoais das entrevistadas sobre seu trabalho como <i>streamers</i> ; o contato com empresas, plataformas e público; sua relação com o feminismo e suas estratégias para comunicá-lo. Abordagem a partir de uma perspectiva feminista para a coleta e análise de dados. |
| Análise de dados | |
| Roleta interseccional (Carrera, 2021) | Posicionamento de pessoas entrevistadas de acordo com suas categorias identitárias, considerando os cruzamentos entre avenidas de opressão, com o objetivo de contextualização das análises |
| Análise Estendida de Narrativas (Webb, Mallon, 2007; Creed et al., 2002) | Identificação de narrativas mais recorrentes nos materiais coletados em redes sociais e nas entrevistas. Permitiu a identificação de temas comuns e relações causais expressas nos discursos analisados |

| | |
|--|--|
| Análise de enquadramento (Creed et al. 2022) | Delimitação dos enquadramentos mais recorrentes nas entrevistas, por meio de agrupamento temático das narrativas encontradas. |
| Posicionamento na matriz de dominação (Hill Collins, 2000) | Classificação dos enquadramentos nos domínios estrutural, disciplinar, hegemônico e interpessoal, visando identificar as dinâmicas de poder apresentadas nas narrativas. |

Tabela 4 - Etapas de pesquisa e resultados em cada uma delas

Outro aspecto relevante para o posicionamento metodológico desta pesquisa é a minha condição de *insider* na comunidade de produtores brasileiros de conteúdo *gamer*, especialmente de mulheres neste meio. Eu participo de comunidades focadas em ativismo feminista na cultura *gamer* desde 2011, período em que também escrevi e fui fonte de reportagens para veículos da área, e tenho contato profissional e pessoal com algumas das mulheres entrevistadas nesta tese. O equilíbrio entre o distanciamento de pesquisadora e a conexão afetiva de membro da comunidade foi um desafio presente em cada etapa do trabalho, e está incorporado em sua metodologia.

Foram entrevistadas sete *streamers* selecionadas por meio de pesquisa exploratória e pela abordagem de bola de neve (Goodman, 1961). O número foi determinado por meio da saturação de respostas relativas às suas práticas de trabalho, especialmente na comunicação de seu posicionamento feminista e no seu relacionamento com público, plataformas e marcas. Por questões de segurança, as participantes estão anonimizadas⁶⁴ e seus dados demográficos foram generalizados de modo a evitar sua identificação, mas ainda fornecer o contexto necessário para seu posicionamento na roleta interseccional (Carrera, 2021).

Porém, entendo também que impor classificações demográficas e identitárias às entrevistadas seria reducionista e até mesmo violento, alguns casos (como em relação a possibilidade de presença de deficiências não visíveis, por exemplo), e, portanto, essas categorias são delimitadas principalmente a medida em que foram mencionadas em suas falas. Todas as participantes foram previamente informadas de seus direitos e dos procedimentos de segurança por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice A).

⁶⁴ A cada uma foi atribuído um nome fictício aleatório, gerado pelo site: <https://pt.fakenamegenerator.com/gen-female-br-br.php>

Apresento a seguir então uma discussão da abordagem metodológica dessa tese, assim como do processo de entrevista com as sete *streamers* participantes dessa pesquisa.

6.1 DISCUTINDO POSICIONALIDADE

Em seu clássico livro *Problemas de Gênero*, Judith Butler (2018) discute a impossibilidade de delimitar o que é ser mulher evocando uma suposta experiência universal que seja definidora da identidade feminina, pois isso resultaria em um essencialismo que é próximo aos estereótipos misóginos mobilizados para excluir mulheres de diversas práticas e espaços. Considerando essa dificuldade, Butler chama o feminismo de “movimento sem sujeito”, destacando, porém, que essa crítica não se trata de negar o conceito de “mulher” como uma realidade material, mas sim de estar sempre consciente de que ele é produzido pelos mesmos mecanismos sociais, culturais, políticos e jurídicos que promovem a opressão sistematizada de mulheres que o feminismo busca combater.

(...) Se alguém “é” uma mulher, isso certamente não é tudo o que esse alguém é; o termo não logra ser exaustivo, não porque os traços predefinidos de gênero da “pessoa” transcendam a parafernália específica de seu gênero, mas porque o gênero nem sempre se constituiu de maneira coerente ou consistente nos diferentes contextos históricos, e porque o gênero estabelece intersecções com modalidades raciais, classistas, étnicas, sexuais e regionais de identidades discursivamente constituídas. Resulta que se tornou impossível separar a noção de “gênero” das intersecções políticas e culturais em que invariavelmente ela é produzida e mantida. (Butler, 2018, p.21)

A produção da identidade feminina é então um processo condicionado por fatores diversos, como: local, idade, classe, raça, experiências de vida, etc. Feministas negras propuseram a abordagem interseccional como forma de tornar visíveis essas opressões e materializar o seu reconhecimento na análise e no debate da condição feminina em diferentes contextos.

Em 1990 a socióloga Patricia Hill Collins (2000) publicou o livro seminal “*Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment*”, onde delimita os fatores que compõem as experiências de opressão por meio do conceito de matriz de dominação, constituída por quatro domínios: estrutural,

disciplinar, hegemônico e social. A tabela abaixo mostra as definições de cada um desses domínios de acordo com os eixos de opressão a que cada um deles se refere:

| | |
|--|--|
| <p>Domínio estrutural:</p> <p>Organiza a opressão por meios institucionais, como a lei, regulamentos, lógicas de mercado e de políticas públicas.</p> | <p>Domínio disciplinar:</p> <p>Supervisiona e gerencia a opressão implementando, vigiando e garantindo o cumprimento da lei, dos regulamentos e das políticas públicas.</p> |
| <p>Domínio hegemônico:</p> <p>Circula mensagens opressivas por meio da cultura e da mídia.</p> | <p>Domínio interpessoal:</p> <p>Experiências individuais de opressão vivenciadas pelos indivíduos.</p> |

Tabela 5 - Domínios constituintes da matriz de dominação de acordo com Patricia Hill Collins. Organizado pela autora.

A matriz de dominação permite a visualização e o posicionamento de experiências de opressão em diferentes âmbitos da existência social de indivíduos, e se articula com as categorias identitárias, como as propostas pela Roleta Interseccional (Carrera, 2021), apresentada previamente, na construção de uma imagem que contempla nuances e especificidades dos sujeitos e discursos analisados, sem que as questões individuais se sobreponham às estruturais.

Nesta tese eu tomo como ponto de partida categorias identitárias, profissionais e políticas já na definição do meu objeto de pesquisa: elas são mulheres, trabalham como *streamers*, são *gamers*, brasileiras e feministas. Porém se nem mesmo a categoria inicial do meu recorte, as mulheres, é estável o bastante para uma definição universal — e reconhecendo também que definições universais são processos violentos de subjetivação fundamentados por uma herança colonialista e masculinista (Butler, 2018) — não poderia tomar como parâmetro somente essas classificações na contextualização das participantes dessa pesquisa e de suas experiências. Também seria insuficiente, e incorreto, aplicar a Roleta Interseccional (Carrera, 2021) como mera ferramenta de categorização das entrevistadas, pois ela é uma ferramenta metodológica que posiciona as avenidas de opressão que atravessam diversas identidades como estruturantes no trabalho

de análise, evitando assim que a interpretação dessas posicionalidades fique apenas na superfície ou nos estereótipos de cada marcador identitário. E esta pesquisa é proposta e conduzida por mim na posição de uma pesquisadora aliada das entrevistadas que entende esse processo como uma forma de promover questionamentos e melhorias nas condições de trabalho das *streamers* participantes. Portanto, minha abordagem de posicionalidade busca também mobilizar o trabalho de pesquisa como uma forma de ativismo feminista.

Me inspirei então no trabalho das cientistas de dados Catherine D'Ignazio e Lauren F. Klein (2020) no livro "*Data Feminism*", em que elas propõem, a partir do conceito de matriz de dominação, sete princípios norteadores para coleta, análise e apresentação de dados a partir de uma perspectiva feminista:

| Princípio | Descrição |
|------------------------------------|--|
| Examinar o poder | A abordagem feminista na análise de dados começa pela análise de como o poder opera no mundo. |
| Desafiar o poder | A abordagem feminista na análise de dados se compromete em desafiar estruturas desiguais de poder e em trabalhar em prol da justiça social. |
| Elevar as emoções e a corporeidade | A abordagem feminista na análise de dados nos ensina a valorizar múltiplas formas de conhecimento, incluindo o conhecimento que vem de pessoas vivendo e sentindo como corpos no mundo. |
| Repensar binarismos e hierarquias | A abordagem feminista na análise de dados nos demanda desafiar o binarismo de gênero, assim como outros sistemas de quantificação e classificação que perpetuam opressões. |
| Abraçar o pluralismo | A abordagem feminista na análise de dados insiste que a forma mais completa de conhecimento é resultado da síntese de múltiplas perspectivas, dando prioridade a formas de conhecimento locais, nativas e experienciais. |
| Considerar o contexto | A abordagem feminista na análise de dados reitera que dados não são neutros ou objetivos. Eles são produtos de relações sociais desiguais, e esse contexto é essencial na condução de análises éticas e precisas. |
| Tornar o trabalho visível | O trabalho de análise de dados, assim como qualquer outro trabalho, é um trabalho de muitas mãos. A abordagem feminista torna esse trabalho visível, possibilitando que ele seja |

| | |
|--|---------------------------|
| | reconhecido e valorizado. |
|--|---------------------------|

Tabela 6 -Sete princípios de uma abordagem feminista da análise de dados de acordo com a proposta de D'Ignazio e Klein (2020), traduzidos e adaptados pela autora.

Estruturar o processo de entrevistas e análise de relatos das participantes a partir desses princípios foi a principal estratégia que usei para lidar com minhas conexões pessoais com as entrevistadas. Seria muito improvável eu conseguir apagar ou reprimir totalmente minha resposta emocional a muitos dos pontos levantados pelas *streamers* durante suas falas, assim como não existe a possibilidade de suprimir a relação de confiança e cumplicidade existente entre nós como fator essencial no enquadramento dos relatos coletados. Esses pontos de conexão e expressão emocional são então incorporados no trabalho, e mencionados na análise e discussão dos dados conforme estes são apresentados.

Outra inspiração metodológica é o trabalho etnográfico de Michael Siciliano (2021) no seu estudo “Creative Control: The Ambivalence of Work in the Culture Industries”, em que o pesquisador usa o método do caso estendido proposto por Burawoy (1998) como forma de mediar sua identificação com os entrevistados. Siciliano relata que sua posicionalidade foi uma preocupação durante o trabalho de campo em um estúdio fonográfico porque ele mesmo tinha experiência na área de produção e captação de som por ser um músico hobbysta e por ter trabalhado em turnês e gravações de álbuns de bandas próprias e de amigos. O temor de Siciliano era de projetar suas experiências pessoais nas situações vivenciadas pelos participantes de sua pesquisa, de forma que seu viés pessoal comprometesse a observação participante no estúdio.

Para lidar com isso, a abordagem do caso estendido propõe que o pesquisador se “estenda” aos participantes da pesquisa, assumindo sua interferência na observação e coleta de dados como uma vantagem para a contextualização dos mesmos. Para Burawoy, a delimitação do contexto de pesquisa não é um fim, mas um ponto de partida para a discussão dos seus resultados. Minha abordagem da metodologia do caso estendido é diretamente inspirada na tática usada por Siciliano: assim como o etnógrafo, eu ativamente expus no diálogo com as participantes minhas impressões pessoais sobre seus relatos, de forma a trazer meu viés para o debate com as *streamers*, tornando

possível que elas me refutassem ou apoiassem antes que eu assumisse minhas interpretações e projeções no texto desta tese à revelia das participantes da pesquisa. É uma abordagem que nega a ideia de mínima interferência na entrevista, e por isso foi muito adequada em conversas em que, por existir identificação e proximidade com as entrevistadas, fui muitas vezes convidada pelas mesmas a opinar sobre seus relatos, assim como era esperado que eu manifestasse empatia e apoio em diversos momentos de suas falas.

6.2 O PROCESSO DE ENTREVISTA

Para atuar como *streamer*, uma trabalhadora mobiliza e expõe aspectos de sua vida pessoal e competências de sua vivência profissional de forma tão entrelaçada que torna difícil, e até mesmo desnecessário, fazer a separação entre essas dimensões. Por isso, para entender as vivências e práticas profissionais dessas mulheres da forma proposta por esta tese, não seria adequado um levantamento de dados focado exclusivamente em questões do universo do trabalho, como relacionamento com *stakeholders*, construção da marca pessoal, otimização do desempenho de acordo com algoritmos etc. Principalmente em uma análise centrada na vivência feminista desse recorte profissional.

Por isso, descartei logo no início do processo de pesquisa o uso de um questionário estruturado para o levantamento de dados, considerando que essa abordagem metodológica seria limitante ao não me permitir ampliar a discussão de cada resposta junto à participante, e assim contextualizar com mais profundidade como se dá esse entrelaçamento entre íntimo e público nas suas dinâmicas de trabalho. Para esta abordagem mais pessoal, e por isso qualitativa, a entrevista foi considerada a metodologia mais adequada desde as primeiras etapas da elaboração do projeto, porém uma entrevista semiestruturada também implica em certo direcionamento na curadoria dos temas, e eu temia que minha posicionalidade, somada à dinâmica de autoridade que a figura da pesquisadora inevitavelmente provoca e complexificada pela minha conexão com as participantes, limitasse o relato das *streamers* de modo em que elas falassem mais sobre o que eu consideraria os pontos centrais e hipóteses prováveis do estudo, e não sobre o que elas veem como mais importante em suas experiências. A entrevista narrativa então foi selecionada como a metodologia mais adequada para esta tese.

A socióloga alemã Gabrielle Rosenthal (2014) apresenta uma proposta detalhada para essa abordagem metodológica assim como seus usos e diferenciais em relação a outras formas de entrevistas, partindo da proposição original de Schütze (2011).

O objetivo da entrevista narrativa é o registro de relatos mais longos e, de uma forma geral, formulados autonomamente sobre histórias de vida ou a respeito de determinada temática — como a história de um clube, da fusão de duas comunidades —; relatos que, a princípio, podem ser desenvolvidos sem maiores intervenções do entrevistador. Apenas na segunda parte da entrevista, na qual buscamos confirmar passagens do relato ou nos aprofundar sobre algum assunto tratado, instigamos o entrevistado a falar mais sobre temas já abordados. Na última fase da entrevista, propomos relatos sobre aspectos ainda não mencionados até ali, mas que são de interesse para os pesquisadores. Os pesquisadores devem, assim, em consonância com o princípio de abertura, renunciar conscientemente ao levantamento de dados conduzido por hipóteses e tomar como referência as concepções cotidianas do entrevistado e suas relevâncias. O procedimento narrativo oferece aos entrevistados a maior liberdade possível para a articulação de suas experiências e também para o desenvolvimento de um ponto de vista sobre o tema abordado, sobre sua história de vida. Outro objetivo de estimular narrações é possibilitar reproduzir cursos de ação. (Rosenthal, 2014)

Em vez de estruturar a entrevista por meio de uma série de questões previamente determinadas — com maior ou menor grau de abertura de acordo com a proposta da pesquisa — a abordagem narrativa propõe o uso de uma única pergunta com o objetivo de direcionar o tema da narração da pessoa entrevistada, que tem total liberdade para organizar o seu relato de acordo com suas percepções, memórias e estratégias discursivas. Assim, os pontos centrais do levantamento de dados surgem espontaneamente da narração, e não das hipóteses contidas nas perguntas de um questionário. Rosenthal considera que outra vantagem desse método é permitir a emergência de diversas formas textuais em uma única entrevista: relatos, que fazem referência a períodos, localidades e indivíduos determinados; argumentações, que são momentos em que a pessoa entrevistada toma o entrevistador como referência e busca convencê-lo de algo; descrições, que buscam condensar situações recorrentes e padrões de forma estática, entre outros. De acordo com a socióloga, uma entrevista semiestruturada tende a conduzir as respostas para argumentações, o que limita a emergência de nuances e latências que estão contidas em outras formas textuais.

A entrevista narrativa é estruturada em duas fases principais, além da introdução e do fechamento, descritas na tabela abaixo.

| Etapa | Descrição |
|-------------------|--|
| Introdução | Apresentação da proposta da entrevista, esclarecimento de dúvidas e explicação das etapas do processo. |
| 1ª fase | Solicitação da narrativa. A narrativa ocorre livremente, sem interrupções ou limitação de tempo. A pessoa pesquisadora toma notas sobre pontos de interesse. |
| 2ª fase | São solicitadas narrativas adicionais: Internas: sobre as anotações feitas durante a narrativa principal; Externas: sobre pontos que não apareceram durante a narrativa principal, mas são de interesse da pesquisa. |
| Fechamento | Recapitulação da entrevista. Espaço para pessoa entrevistada expressar eventuais dúvidas e desconfortos. Encerramento. |

Tabela 7 - Etapas da entrevista narrativa de acordo com Gabrielle Rosenthal, adaptadas pela autora.

A solicitação da narração é elaborada a partir de uma estrutura que contém a delimitação do tema da pesquisa e instruções para o relato. Nas entrevistas com as *streamers*, a pergunta inicial foi:

*“Eu estou interessada na sua experiência pessoal como profissional de comunicação e mulher abertamente feminista na indústria brasileira de games. Talvez você possa me contar: **Como você iniciou sua carreira na área? Como tem sido sua experiência como mulher nesse mercado, especialmente considerando o relacionamento com o público, com colegas e com empresas da área? Quais estratégias você usa para comunicar seu feminismo em um meio como a cultura gamer?** Você pode narrar as suas experiências como preferir, mesmo que elas não pareçam relacionadas às perguntas. Você pode falar pelo tempo que achar necessário. Eu não farei perguntas no momento, mas farei anotações para a próxima fase da entrevista.”*

Durante as narrações, nem todas as entrevistadas se engajaram no formato de narração sem interrupções: duas participantes responderam às questões da

solicitação de forma muito breve, fazendo pausas esperando que eu continuasse as perguntas como em uma entrevista tradicional. Nesses casos, eu considerei a primeira etapa encerrada e fui direto para a solicitação de narrativas externas, conduzindo a conversa de forma mais próxima a uma entrevista tradicional. Mas as outras cinco participantes seguiram a estrutura da entrevista narrativa de forma tradicional, com falas que duraram em média 40 minutos. A segunda fase do procedimento foi o momento em que a articulação com o método do caso estendido (Burawoy, 1998) se fez mais presente, por ter sido quando coloquei as questões externas e projeções pessoais com mais liberdade. Esse foi um momento em que as entrevistadas se sentiram mais à vontade para dialogar livremente comigo também, conforme é relatado nas análises individuais de cada entrevista.

Os relatos foram coletados por meio de videochamadas na plataforma *Discord*, que foi escolhida por sua popularidade entre profissionais e fãs de jogos digitais, e por ser também um dos serviços mais usados por *streamers* para gerenciamento de suas comunidades, fornecendo assim um ambiente confortável e conhecido para a conversa. A decisão de realizar as entrevistas remotamente também considerou a possibilidade de assim acessar mulheres de diversos locais do Brasil e a facilidade para o registro dos relatos, que foram gravados em áudio e vídeo por meio do software *OBS Studio*. O processo de transcrição foi feito em duas fases: uma automatizada pelo uso da ferramenta de legendas do software *Adobe Premiere*; e uma etapa manual que consistiu em ouvir a narração gravada comparando o registro em áudio com o texto gerado digitalmente e corrigindo incongruências.

6.3 ANALISANDO AS NARRATIVAS

A entrevista narrativa é uma abordagem metodológica qualitativa e interpretativa. Por isso, ela não busca conclusões estruturadas pela frequência numérica dos fatos observados e sim a generalização de um caso específico por meio da confirmação de pressupostos teóricos. Por ser interpretativa, também não visa apenas a análise dos fatos acontecidos, mas de como a pessoa narradora os apresenta e atribui sentido a eles, assim como essas experiências moldam a perspectiva pessoal de cada participante (Rosenthal, 2014). No caso das entrevistas analisadas nesta tese, considerei a frequência e proximidade das

respostas em relação a quatro pontos centrais: estratégias para comunicação do feminismo ao seu público; experiências com plataformas digitais (envolvendo aqui questões de divulgação e segurança); relacionamento com o próprio público, e parcerias e contatos profissionais.

Considerando então o caráter qualitativo e interpretativo das entrevistas narrativas, Rosenthal (2014) delimita suas potencialidades e limitações conforme apresentadas na tabela abaixo.

| |
|--|
| Possibilidades |
| Investigar o novo e o desconhecido; Apreender o sentido subjetivamente visado; Reconstruir o sentido latente; Reconstruir a complexidade de estruturas de ação a partir do caso particular; Descrever o ambiente e a ação social; Desenvolver teorias e hipóteses empiricamente fundadas; Verificar hipóteses e teorias a partir do caso particular. |
| Limitações |
| Conclusões a respeito da dispersão e representatividade de seus resultados; Generalizações numéricas e estatísticas, isto é, baseadas na frequência de ocorrência dos fenômenos. |

Tabela 8 - Possibilidades e limitações da pesquisa social qualitativa interpretativa de acordo com Rosenthal (2014)

Escolher a entrevista narrativa como metodologia contribuiu para evitar rótulos estereotipados e generalizações que não consideram posicionalidade e nuances contextuais das entrevistadas, e neste sentido a impossibilidade de extrapolação estatística de seus resultados foi mais uma vantagem do que uma limitação neste estudo. Pelas mesmas razões, não parti de nenhuma hipótese prévia para a interpretação das narrações, e, portanto, optei pela teoria fundamentada como abordagem estruturante na análise dos depoimentos.

A teoria fundamentada, ou *grounded theory*, é uma abordagem proposta por Anselm Strauss e Juliet Corbin (2015) para pesquisas qualitativas, que se fundamenta no princípio de abertura para a definição de categorias de análise de determinado texto. Assim, nenhuma classificação é adotada a priori: elas emergem do processo de codificação do texto analisado, que acontece por meio de três abordagens: aberta, axial e seletiva, descritas na tabela a seguir:

| Forma de codificação | Descrição |
|-----------------------------|--|
| Aberta | Identificação de conceitos amplos no material analisado, visando a estruturação de categorias preliminares |
| Axial | Identificação de relações e articulações entre as categoriais codificadas no material de análise |
| Seletiva | Filtragem das categorias identificadas, utilizando como critério conexões contextuais e teóricas entre elas, já tendendo a um grau maior de abstração e generalização. |

Tabela 9 - Formas de codificação de acordo com a análise fundamentada (Corbin, Strauss, 2015), adaptadas pela autora

Essas três abordagens de codificação, embora sugiram certa linearidade, não acontecem necessariamente em sequência, como etapas sucessivas de análise, mas simultaneamente e recursivamente. Este é o motivo pelo qual Rosenthal (2014) critica a aplicação da análise fundamentada, pois acredita que ela não respeita a sequencialidade do texto, podendo perder assim, na visão da autora, relações importantes na construção narrativa de depoimentos. Esse aspecto é de certa forma vantajoso para esta pesquisa, porque o objetivo de minha análise é identificar quais categorias discursivas enquadram as vivências profissionais das participantes nas narrações, e não reconstruir cronologicamente a história de vida das entrevistadas. Porém, mesmo não visando uma análise biográfica dos depoimentos, reconheço que a sequencialidade das narrativas é importante no estabelecimento de relações causais nos depoimentos coletados, e por isso tendo a concordar com a crítica de Rosenthal a respeito dessa fragilidade na teoria fundamentada.

Procurando resolver este impasse metodológico, optei então por utilizar a teoria fundamentada por meio da análise estendida de narrativas, abordagem proposta por Brian Webb e Bride Mallon (2007) como forma de tentar conciliar amplitude e profundidade em análises de narrativas aplicadas à sistemas de informação. Para os pesquisadores, os estudos de caso na área por vezes sofrem de dificuldade em generalizar análises em profundidade e muitas vezes perdem nuances contextuais na tentativa de produzir resultados aplicáveis em escala. Eles então propõem uma abordagem mista que combina os tipos de codificação da teoria fundamentada com a estrutura de decomposição de narrativas proposta por Seymour Chatman (1978), que delimita relações causais entre atores, eventos e processos em uma narrativa. Chatman também define uma distinção entre história e

discurso, onde a história se refere aos fatos narrados e sua cronologia e o discurso se refere às estratégias e vieses para comunicar essa narrativa.

Para Web e Mallon, a abordagem de Chatman é muito eficiente para desconstruir depoimentos e identificar relações causais e contextuais profundas nos mesmos, mas falha em recompor essas narrativas em esquemas de classificação igualmente estruturados. Já o paradigma de codificação de Corbin e Strauss (2015) traz uma estrutura confiável e previsível para reorganizar essas categorias generalizáveis, mas é muito superficial em identificar nexos causais entre as unidades de análise. Portanto, Web e Mallon propõem a análise estendida de narrativas como forma de conciliar as fragilidades de ambas as abordagens em uma combinação que potencialize suas forças mutuamente. Ela é uma metodologia de codificação em etapas, que aproveita as três abordagens de Corbin e Strauss (2015) com a incorporação de uma etapa adicional de análise narrativa de acordo com a estrutura de Chatman (1978), de acordo com a tabela abaixo.

| Etapa do método | Função da etapa | Contribuição da etapa |
|-----------------------------------|--|--|
| Etapa 1: Codificação aberta | Segmentar a narrativa analisada em conceitos | Retarda a imposição de uma estrutura narrativa, retendo a riqueza conceitual por mais tempo. |
| Etapa 2: Decomposição da história | Organizar os conceitos em uma história estruturada, por meio de abstração, categorização e generalização | Disseca a narrativa, apresentando seus eventos básicos e atores, ou seus blocos estruturais. |
| Etapa 3: Codificação axial | Examinar propriedades e relacionamentos dos conceitos para determinar causalidade | Adiciona profundidade na estrutura da história, examinando seus blocos estruturais de forma mais detalhada. |
| Etapa 4: Codificação seletiva | Identificar e desenvolver uma categoria nuclear | Simultaneamente, adiciona profundidade e amplitude ao colapsar os conceitos em um único metaconceito, e então desenvolvendo esse metaconceito de forma mais detalhada. |

Tabela 10 - Etapas da análise estendida de narrativas, de acordo com Webb e Mallon (2007) e traduzidas pela autora

O modelo de estrutura narrativa de Chatman (1978), aplicado na Etapa 2, consiste na dissecação da história analisada no que o autor chama de “componentes necessários” da história. São eles:

- **Discurso:** é a forma da expressão narrativa, que compreende suas modalidades (ficção ou não-ficção, por exemplo), tipo de mídia, linguagens etc.;
- **Processo:** contam para o leitor/ouvinte o que o que alguém ou algo faz, conectando ações e acontecimentos;
- **Ação:** É algo que um ator (personagem da história) faz;
- **Acontecimento:** Algo que é feito ou acontece a algum dos atores;
- **Estase:** descrição de características e ações de atores e cenários;
- **Existente:** personagens e cenários que compõem a narrativa.

Um **evento** é a somatória desses componentes, e consiste em um dos arranjos possíveis para formar um bloco estrutural da história. Chatman classifica os eventos em duas categorias: *kernel*, que são eventos cruciais para a narrativa geral, e satélites, que são eventos secundários no entendimento da narrativa, mas que a enriquecem no sentido contextual e estético. A figura abaixo representa visualmente as conexões entre esses elementos.

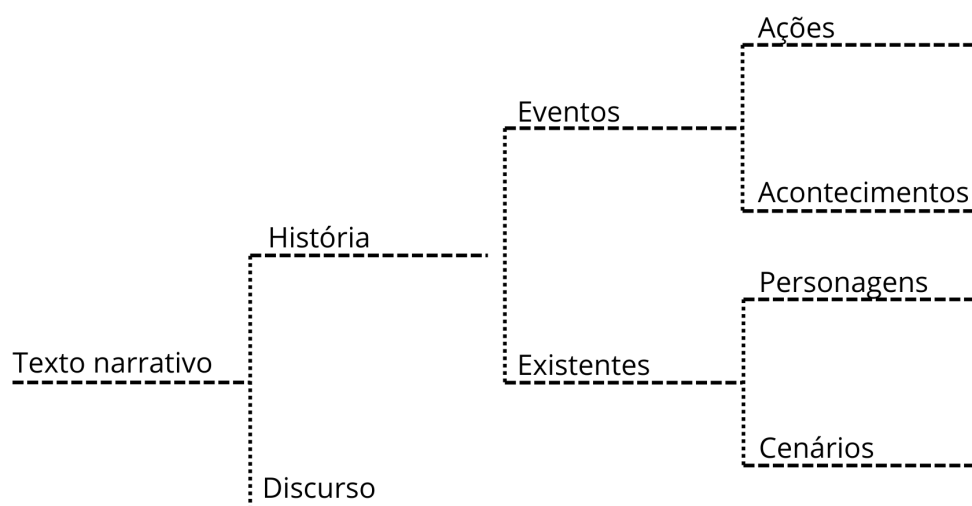


Figura 4 - Estrutura narrativa de acordo com Chatman, traduzida pela autora.

A decomposição dos depoimentos em componentes necessários é eficiente para identificar as relações entre atores e eventos, destacando os pontos de agência e as influências estruturais percebidas pelas entrevistadas. Essas conexões são assim reorganizadas nas fases axial e seletiva, em categorias gerais que expressam as relações causais nas narrativas analisadas, assim como seu encadeamento sequencial. Essa recomposição dos depoimentos responde assim à preocupação expressa por Rosenthal (2014) com uma possível perda de sentidos latentes das narrações durante a codificação fundamentada, devido ao seu descarte da sequencialidade narrativa.

A distinção entre história e discurso proposta por Chatman tem paralelos com o conceito de enquadramento, delimitado por Erving Goffman (1974). Enquanto para Chatman o discurso envolve os meios, suportes midiáticos, linguagens e elementos comunicacionais que são selecionados estrategicamente pelos autores das narrativas, Goffman define quadros como as molduras interpretativas pelas quais aspectos da realidade são selecionados e destacados a fim de se enfatizar certos aspectos e vieses de uma mensagem. Portanto, a produção de discurso narrativo é uma forma de enquadramento. Os quadros podem ser entendidos também como um aspecto latente das narrações, conforme discutido por Rosenthal (2014), um nível interpretativo dos depoimentos que é construído não apenas pelo que é dito, mas principalmente pelas omissões e ênfases de quem narra.

Os enquadramentos são delimitados por meio do envolvimento subjetivo dos indivíduos com os princípios que organizam as experiências sociais coletivas (Goffman, 1974), sendo assim construídos a partir de experiências, valores compartilhados, vieses ideológicos, entre outros. Partindo da codificação da análise estendida de narrativas, proponho combinar seus achados com a análise de enquadramentos de acordo com a abordagem de Creed, Langstraat e Scully (2002). Os autores propõem uma aplicação da análise de enquadramentos focada na pesquisa de organizações a partir de quatro abordagens: 1) usar a análise de enquadramentos para revelar lógicas latentes; 2) contextualizar enquadramentos; 3) trazer à superfície políticas, vozes subjugadas e ideologias implícitas; e 4) fazer escolhas conscientes como pesquisadores.

Considerando o tema político desta pesquisa, a abordagem de Creed e colegas é adequada para conduzir a análise de enquadramentos das entrevistas com as *streamers* participantes, tendo inclusive paralelos claros com os princípios

para uma análise de dados de perspectiva feminista propostos por D'Ignazio e Klein (2020). Sua aplicação prática consiste em considerar cada uma dessas abordagens como uma etapa na identificação de enquadramentos, onde a ênfase da análise é colocada, sequencialmente, nas lógicas latentes que definem os enquadramentos iniciais do texto; nos contextos em que esses enquadramentos são construídos; nas relações de opressão e subalternidade reveladas por esses enquadramentos; e na conexão dessas relações com o viés de pesquisa proposto. Nesse processo também são identificados dispositivos e pacotes de enquadramento que compõem os depoimentos por meio de expressões, referências compartilhadas, gírias e metáforas recorrentes.

Apresento então no próximo capítulo cada uma das sete participantes dessa pesquisa individualmente, contextualizando cada uma de suas entrevistas e seguindo para a exposição da análise entendida de narrativa e para a análise de enquadramentos de cada relato, de acordo com as etapas aqui descritas.

7 DIVERSIDADES E CONVERGÊNCIAS ENTRE *STREAMERS* FEMINISTAS *GAMERS*

Atuar como streamer de jogos é uma atividade que abrange múltiplos perfis de membros da comunidade *gamer* como jornalistas, desenvolvedoras, fãs e jogadoras profissionais, entre outros. Porém, mesmo com essa diversidade de experiências e trajetórias, existem muito mais convergências do que disparidades nos relatos das sete *streamers* entrevistadas, com pontos de concordância total em relação a questões centrais desta pesquisa. Todas as participantes, por exemplo, descreveram a precariedade das ferramentas de segurança da *Twitch* em termos parecidos, e relataram estratégias próximas para comunicar seus posicionamentos feministas de forma a evitarem se expor a conflitos emocionalmente desgastantes e com impactos em suas imagens públicas. Apresento a seguir cada um desses relatos.

7.1 “ESSE MERCADO ACABOU COMIGO E ACABA COMIGO DE DIVERSAS FORMAS”

Gabriela⁶⁵ é uma comunicadora experiente e bem-sucedida, conhecida publicamente como uma referência das mulheres e pessoas LGBTQIAPN+ no mercado *gamer*. Iniciou sua carreira escrevendo sobre jogos digitais como *hobby* e participando de sites de fãs, onde fez contatos que possibilitaram a sua entrada no mercado como jornalista de games. Trabalhou em várias empresas, chegando a cargos de liderança na área, mas atualmente atua como produtora de conteúdo independente.

O relato de Gabriela foi bastante focado em suas experiências com o mercado de comunicação em games, especialmente em suas relações de trabalho. No momento da entrevista, ela estava vivendo uma profunda desilusão com a forma que a indústria de jogos digitais tem implementado iniciativas de inclusão e diversidade, assim como com o uso do discurso feminista por parte de algumas mulheres da área. Ela reiterou várias vezes seu esgotamento emocional com as microagressões sofridas nesse contexto, assim como sua insatisfação com o

⁶⁵ Todos os nomes mencionados nesse capítulo, exceto quando são citações de pessoas públicas durante as entrevistas, são fictícios e foram gerados aleatoriamente por meio do site: <https://pt.fakenamegenerator.com/>

esvaziamento da pauta feminista ao ser apropriada por iniciativas comerciais, que ela definiu como “feminismo branco”.

Bom, vamos ser diretos e retos: empresas. As empresas. Empresa não tem, CNPJ, não tem alma, CNPJ não tem sentimento, CNPJ que lucrar. É onde que entra o feminismo. O feminismo entra nesse aspecto, porque de novo o feminismo branco, ele leva muito para isso, para o *girl power*, para meninas se matarem de conseguir fazer as coisas, para ela ser vista como a fodelona (sic) ali né. Mas o problema é que essa ideia do *girl power*, essa ideia do *girlboss*, ele também acaba sendo excludente, porque nem todo mundo consegue ser chefe, nem todo mundo consegue, enfim, chegar a esse momento. E isso também tem a ver com privilégios (Gabriela).

Gabriela explicou a escolha do termo para definir o que ela vê como uma abordagem puramente comercial do feminismo por meio de exemplos de projetos e iniciativas de inclusão do mercado *gamer* que empregam exclusivamente pessoas brancas:

E isso me quebrou muitas vezes porque você vê mulheres também participando dessa roda de machismo, mulheres que dizem que acreditam no feminismo, em mulheres, que externalizam isso em seus conteúdos e que vendem essa cara, porque hoje em dia é muito bonito para as empresas venderem esse... esse aspecto do feminismo. O feminismo branco, o feminismo branco.

Porque se for para colocar muitas meninas não brancas, parece que todo mundo some. Quando eu vou ver conteúdo aqui, só gente branca. Ué, porque o feminismo branco é muito fácil. É um feminismo que me incomoda porque ele não faz nada. Tipo, não é que não faz nada, eu acho que todo o feminismo é bem-vindo etc. e tal. Só que eu acho que o feminismo branco ele não ajuda no movimento porque a gente precisa pensar em todos os aspectos das mulheres, entende? E o feminismo branco ele é um feminismo pra elite e é por isso que ele combina tanto com um cenário de esportes, de games. Porque no final das contas, muita gente diz que game é para todo mundo, mas é o primeiro a julgar quando tem um jogo de celular fazendo sucesso, porque aí jogo mobile nem é jogo. Então.

(...)

Eu não sei qual seria o melhor termo pra definir, né? Além do feminismo branco aqui... O feminismo branco, ele me incomoda muito, mas assim, chega até a ser negativo ficar falando isso do feminismo branco. Afinal de contas eu sou uma branquela de meia tigela também, mas... Eu acho que sim, porque veja bem, veja bem, o projeto [Anônimo] terminou com a única integrante lá com cabeça, completamente ferrada de tudo, e tendo que lidar com dívida e tendo que lidar com o povo caindo em cima dela, achando que era ela que tinha feito as coisas zoadas, que foram outras meninas. Ela é maravilhosa, ela é incrível e ela acabou a mais ferrada de todas. E aí por exemplo, o outro projeto lá ... Eu esqueci o nome do projeto, mas quem encabeçava o projeto era uma menina chamada [Anônima], que inclusive fez inúmeras declarações racistas. Então, assim, a

única mina que foi e ainda é reconhecida pelo projeto e ainda tem ali alguma coisa, obviamente é a mina racista. Por quê? Por que ela é branca? Porque parece bem na câmera. Entendeu? (Gabriela).

Paralelo ao tema da apropriação do feminismo por parte de empresas, outro assunto recorrente no relato de Gabriela foi como a rivalidade feminina se faz presente no ambiente precarizado e hipercompetitivo do mercado de trabalho em games. A *streamer* desabafou sobre sua frustração em perceber que nem sempre as mulheres se portam como aliadas, e que disputas entre pessoas de minorias são recorrentes nesses meios.

É muito triste assim, porque pouco a pouco você vai entendendo que você vai ficando cada vez mais sozinha. Você se fecha naquele círculo de pessoas que você confia, conhece etc. Mas você percebe que todas aquelas minas incríveis que antes você falava não, vamos ser amigas etc. e tal, e elas, não é bem assim. E aí você vai percebendo aos poucos que todo mundo que tem esse discurso pronto, enlatado, de mudança, na verdade não quer mudar é nada, quer deixar exatamente do jeito que está. É mais fácil (Gabriela).

Ela também observa como as empresas do setor conseguem explorar convenientemente a pressão de se provarem profissionais capazes que as mulheres e pessoas LGBTQIAPN+, especialmente jovens, sentem ao ingressarem em um mercado de trabalho ainda tão hostil a elas.

Eles têm muito esse perfil, de pegar pessoas novas que querem dar o sangue e que... e que eles possam se aproveitar. Então por muito tempo eles falavam não, porque nós somos aqui uma empresa muito diversa. Me botaram no comitê de diversidade deles, falavam o quanto que eles gostavam não só de mulheres, mas pessoas pretas no topo, LGBTQIAPN+, etc. E tirando, obviamente a representatividade não-branca, porque eles eram péssimos nisso, assim como muitas outras empresas, eles tinham mesmo uma representatividade muito grande de LGBTQIAPN+ e mulheres. Mas era justamente por isso, porque eles se aproveitavam das pessoas, desse negócio de você ter que provar duas, três, quatro, cinco, seis vezes mais para que a pessoa vá fazendo. E vai fazendo, vai fazendo, vai fazendo, vai fazendo. E... É muito... É muito fácil você se apossar do discurso de que “ah mais trabalhou porque quis, olha só”, e assim não é bem assim né?! Não é bem assim (Gabriela).

Gabriela se queixou também de como as empresas de jogos digitais limitam o espaço de mulheres e minorias às suas identidades, reduzindo suas possibilidades de atuação profissional no mercado.

Eles só me veem como representante das mulheres e LGBTQIAPN+, não me veem de outra maneira. E existe algo mais machista do que você determinar, pré-determinar, o local da mulher como aquele, e só aquele que a mulher faz parte, sabe?

(...)

Então é sempre assim. É a luta do gestor menor, de quem pode fazer um pouco de diferença com quem está lá em cima na verdade não quer mudar o esquema todo. Mas na hora de lançar o PR falando que é a equipe mais diversa é rapidinho, rapidinho. E também na hora de falar do quanto que a gestora mulher ali tá incrível, batalhadora, etc. Show! Mas para ver que ela tinha acho que mais de 300 horas no escopo não, não tirei folga, não foram pagas, etc. E aí me transformaram em chefe justamente para que eu virasse cargo de confiança, e não ter essas 300 horas no meio entende? Então há uma desvalorização da profissional a um nível que você não enxerga porque você acha que você tem que entregar duas, três vezes mais por causa da sociedade etc. E não, a empresa está se aproveitando disso e ainda por cima fazendo papel de boazinha do tipo ah, mas eu entreguei uma mulher como gestora. E olha só, nós temos uma equipe super diversa. À custa de quê, né? De quem? Do psicológico? Da saúde? De quem?

(...)

Então assim. A real é que todo mundo quer ficar confortável. E confortável significa você fazer a mesma coisa sempre. E eu não quero isso. E eu me irrito quando eu vejo que é uma mesa de mulheres para a discussão do cenário que só tem as cinco mulheres palestrantes chamadas e o resto é tudo homem, porque todas essas cinco que estão lá falando poderiam estar nas outras conversas também, em outros eventos, sabe? (Gabriela)

O efeito de anos lidando com essas características do mercado, de acordo com Gabriela, é de esgotamento e desilusão. Ela relatou que, apesar do seu sucesso profissional na área, ela se sente exausta e desestimulada, e que diminuiu muito de sua combatividade e assertividade em questões de inclusão como uma forma de se preservar em um ambiente que considera muito tóxico.

Acho que eu vou chorar... não vou chorar, não. Eu tô num momento muito difícil Bia sabe por que... Eu vou ser bem honesta contigo, comercialmente falando, financeiramente falando e profissionalmente falando. Eu sou uma das poucas desse mercado que não pode reclamar. Tem muita coisa errada que acontece comigo. (...), mas eu não posso reclamar. E mesmo assim eu estou exausta. Eu estou exausta. Eu tenho coisas até o final do ano. Eu estou fechando um monte de coisa. Tem gente ainda procurando uma coisinha, nem que

seja, eu já tenho, sabe? Mas esse mercado acabou comigo e acaba comigo de diversas formas (Gabriela).

Apesar de sua exaustão, Gabriela reconheceu que estava passando por um momento difícil na ocasião do relato, mas ainda assim acredita que o apoio entre mulheres, mesmo em meio a rivalidades e disputas, é o aspecto mais gratificante de sua atuação na área. Ela mencionou o fato de ter recentemente indicado uma amiga trans para uma vaga de trabalho como um acontecimento positivo ao qual tem se apegado para se sentir melhor. Ela também ressaltou que segue defendendo valores feministas no seu trabalho, mas que tem buscado fazer isso por meio do que chamou de “naturalização” da pauta feminista ao abordar o tema de uma perspectiva mais positiva e menos combativa, também como uma estratégia de preservação de sua saúde mental.

Ao final do relato, eu mencionei meu próprio processo de luto ao sair do coletivo feminista que ajudei a fundar, motivada por disputas entre as participantes que foram similares aos casos de rivalidade entre colegas do mercado que Gabriela relatou como a principal causa de seu desânimo atual. Tivemos uma breve conversa em que ela perguntou como lidei com os sentimentos negativos deste processo, e eu contei sobre minha decisão de fazer a tese como forma de ter outra perspectiva sobre o ocorrido. Meses depois da entrevista, eu a encontrei em um evento da indústria na qual ela me abordou, sorridente, relatando estar se sentindo muito melhor. Ela continua atuando como uma importante referência feminina no mercado.

7.2 “E EU POSSO ME CONSIDERAR, TALVEZ, UMA SOBREVIVENTE”

A trajetória de Sarah tem muito em comum com a história de Gabriela: ela também é uma jornalista de games na faixa dos 30 aos 40 anos, que iniciou sua carreira em sites de fãs e passou por diferentes empresas e funções na área, chegando por fim a um cargo de gestão. Durante sua carreira formou uma comunidade que segue seu trabalho como *streamer*, e acompanhou de perto a inserção profissional de várias mulheres no mercado de jogos, assim como a saída de muitas que desistiram da indústria. Ela se considera, em suas palavras, uma sobrevivente.

Olha, puxando para o meio em que eu trabalho desde muitos anos, há mais de 15 anos, talvez... A questão de gênero é bem

problemática porque é muito escasso né para o gênero feminino em si. Eu notei que teve uma, falando da minha realidade, óbvio, eu notei que teve algum foco ali em meados de 2000 e meados de 2000, o começo de 2010 ali. Eu lembro que existiam mais, inclusive sites e blogs focados em conteúdo produzido por mulheres né. Tanto que eu cheguei a fazer parte de um desses sites, que era um site de videogames, mas todo... toda a equipe ali era só mulheres. E eu cheguei a fazer parte desse site por alguns anos.

Foi muito legal ter essa experiência. Foi a partir dali que eu fui inclusive conhecendo outras pessoas do meio né, do meio jornalístico de games. As meninas começaram a me apresentar cada vez para mais pessoas. A partir dessa época, eu comecei a ir em eventos também, mesmo não sendo remunerado. Foi uma experiência muito boa, porque é eu fui me inserindo a partir disso, desse empurrão delas, eu fui me inserindo na área, conhecendo as pessoas que efetivamente eram mais conhecidas e respeitadas ali, em sua grande maioria homens. E a partir disso teve esse pico, eu acho. Nesse final dos anos 2000 e começo... começo, meio dos anos 2010. Ali eu lembro que tinha bastante site, blog de cultura geek, cultura pop mesmo, games, que era (sic) só comandado por mulheres.

Eu sigo acompanhando algumas dessas pessoas, desses próprios sites e blogs que eu acompanhava muito nessa época. Percebi inclusive, que muitas migraram de área e já não trabalham mais com comunicação, ou então, sei lá, abandonaram mesmo criação de conteúdo, fazem disso coisa mais eventualmente ou então meio que migraram para carreira como fala acadêmica né. Então assim, a questão de gênero é bem problemática, porque eu acho que isso foi se agravar, apesar desse pico, foi se agravando cada vez mais assim, e hoje eu percebo que tem pouquíssimas mulheres no meio de jornalismo de games, por exemplo (Sarah).

Para Sarah, a hostilidade do meio é a principal causa para que mulheres produtoras de conteúdo sobre jogos digitais abandonem esse trabalho. Ela explicou que a exposição constante a ataques, com pouco ou nenhum suporte das plataformas onde eles ocorrem, causa danos à saúde mental das profissionais que podem ser insustentáveis após algum tempo de carreira.

É extremamente cansativo e eu acho que até pra preservar a saúde mental... Eu mesma, se eu tivesse vivido isso por muito tempo assim, é que no meu caso eu fiquei um pouco mais reclusa, uma época que eu parei tipo de ver comentário de *YouTube*, parei de acessar algumas redes e comecei pelo Facebook, primeiro que o Orkut já meio que morreu sozinho, então depois foi para o Facebook e os grupos começaram a ficar com discussões muito inflamadas. Aí eu parei também de acessar esses grupos. Então eu fui me... Ficando um pouco mais reclusa nesse sentido de não dar tanta margem pra esses comentários, mesmo que não fosse diretamente comigo, mas com outras mulheres também para me atingir. E eu posso me considerar talvez uma sobrevivente, mas não tanto.

Obviamente, minha saúde mental não está das melhores, não foi das melhores por muito tempo, inclusive nesse meio ambiente que é bem tóxico pra gente, principalmente para mulheres que querem trabalhar nesse meio (Sarah).

A principal tática que Sarah usou para se manter ativa no meio é o que ela chama de ficar reclusa: evitar participar de grupos online grandes demais, ou cuja moderação ela não conheça, evitar ler comentários em plataformas como o *YouTube*, não expor sua vida pessoal em redes sociais e focar sua atuação e discussões feministas em espaços onde tem mais controle da mediação, como seu canal ou nos veículos em que trabalha como jornalista.

Na verdade, eu acho que me excluindo desses ambientes, eu consigo ter mais força para falar de feminismo ou algo relacionado a feminismo nos games mesmo, de uma maneira mais segura, em espaços em que eu me sinto mais segura. Vou dar um exemplo tipo ah, no próprio [site anonimizado]⁶⁶ eu não estava mais lendo comentários do *YouTube* quando eu fazia conteúdo em vídeo para lá, mas eu me sentia... não só por apoio da própria equipe, né? Os meninos lá, a equipe sempre foi muito legal, muito, muito boa comigo, sempre me incentivou bastante a fazer esse tipo de conteúdo também, que era escrever sobre coisas mais polêmicas, digamos assim. Tanto que eu fiz um artigo lá e eu coloquei tudo pra fora assim, sabe tudo o que eu pensava. Peguei pensamentos e até argumentos de outras pessoas, de outros artigos também. Está tudo citado lá, tudo linkado, bonitinho. Mas eu me sentia segura ali, naquele ambiente para falar disso. E aí eu lembro que teve alguns comentários que eu lia assim porque eu tive muito orgulho da minha matéria em texto. Então eu fui lá ver o que as pessoas estavam falando e ao mesmo tempo teve muita gente rejeitando também, mas eu falei ah foda-se sabe, eu estou de boas aqui (rindo), eu estou tranquila em relação a isso. Eu sinto que, sei lá. Se fosse... se eu tivesse falado em algum ambiente que eu já não me sinto tão segura, tipo o *YouTube*, eu provavelmente teria sido muito mais afetada e teria ficado muito mal também, até porque *YouTube* já é uma plataforma mais livre. É muito fácil criar uma conta e começar a comentar em qualquer vídeo aleatório e o potencial também de esses vídeos chegarem em outros lugares também é muito grande. Eu acho que um texto ali num site que eu já trabalho, que eu conheço o pessoal que trabalha comigo e tudo mais já me faz sentir um pouco mais segura, e é um ambiente um pouco mais controlado para a gente ter um pouco mais de controle com isso. Então, assim, eu não sei se eu respondi direito a pergunta, mas assim que eu me excluir desses ambientes tóxicos na verdade me dá forças pra eu focar em outros lugares em que eu me sinto mais segura e eu posso criar conteúdo ali, porque eu sei que eu vou estar mais tranquila, sabe? (Sarah)

⁶⁶ Veículo onde a entrevistada trabalhou, anonimizado para não a identificar.

Controlar rigorosamente sua presença online, filtrando espaços que não oferecem a segurança necessária, é uma forma de lidar com a inefetividade das ferramentas de moderação e denúncia das plataformas. Na ausência de suporte rápido e eficaz, as *streamers* ficam com poucas opções além de recuar. Sobre quais recursos de segurança estão disponíveis para trabalhadoras na *Twitch*, Sarah foi enfática:

Muito pouco. Eu diria que fazem o básico do básico na real. Ao mesmo tempo, eu não trabalho nessas plataformas e não tenho conhecimento técnico e de engenharia mesmo, sabe? De programação, essas coisas pra entender que mais poderia ser feito. Eu não tenho esse conhecimento, mas falando assim, como usuária mesmo, eu sinto que a proteção, as ferramentas de proteção que essas plataformas dão são o básico do básico (Sarah).

Existe uma ambivalência nesta tática, porém, que mostra a vulnerabilidade das *streamers* como trabalhadoras de plataforma: se expor de forma tão seletiva nas redes sociais é um obstáculo para que Sarah consiga mais parcerias comerciais, já que as marcas buscam principalmente a ampla visibilidade de seus produtos e, quanto mais um influenciador se mostra, mais interessante ele é como representante. Diminuir sua presença online é uma estratégia eficiente para evitar ataques em um ambiente onde as ferramentas de segurança deixam a desejar em termos de eficiência, mas também prejudicam as atividades profissionais e os rendimentos das criadoras de conteúdo que optam por elas.

(...) E aí eu já cheguei num ponto em que, por exemplo, eu já não me exponho tanto em Instagram, por exemplo, e é uma rede que as marcas ainda usam bastante e elas sempre estão ali, falando até por colegas do meio também que fazem isso, que eles se expõem bastante, mostram o dia a dia, o *lifestyle* né, sinto que as marcas procuram muito isso, mesmo sendo micro influenciador, as marcas olham muito para isso, o quanto você está se expondo e o quanto você está... querendo ou não, isso leva também ao quanto você vai ajudar a expor essa marca também, né, que quer fazer uma parceria com você. Como eu já estou um pouco mais reclusa, já não estou mais com tanto pique de fazer esse tipo de coisa, de me expor, expor a minha vida, meu estilo de vida, essas coisas, eu sinto que a procura para mim já caiu bastante (Sarah).

Ainda sobre a relação com patrocinadores e empresas do segmento, Sarah relatou que a adequação a padrões normativos de beleza, que privilegiam mulheres

brancas, magras, jovens e sem deficiências visíveis, é determinante para fechar contratos de publicidade e parcerias.

E aí (...) começaram a surgir parcerias e tal e marcas procurando-me e minhas colegas e tal pra gente fazer coisas: collab, publis também. Principalmente eu sinto que... eu estou só comentando, não é de nenhuma forma um desabafo ou, sei lá, uma exposição de... que tipo, não senti inveja nenhuma delas na época, mas eu senti como a roda gira. Tipo, você sente um pouco o peso disso, principalmente quando você não se encaixa em padrões. Eu sou uma mulher que eu não tô em um padrão de beleza do que a sociedade considera beleza hoje em dia, tanto em peso, em aparência e tudo mais. Então assim, eu sentia que as marcas iam muito mais nas minhas colegas, que já eram um pouco mais padrão, mais magrinhas, mais maquiadas, sempre maquiadas, mas enfim. Então eu sentia que as marcas iam muito mais nelas e assim, eu estava tranquila com isso na época, né? E eu sempre desejei muito sucesso pra elas e tudo mais, mas ao mesmo tempo você fica tipo, que merda né? Assim que a roda gira, eles vão sempre atrás das pessoas que estão mais, dentro dos padrões, do que a sociedade considera como padrão (Sarah).

Sarah é bastante ciente da precariedade do trabalho como *streamer*, e por isso não o considera sua principal atividade profissional e não alimenta grandes expectativas em relação às oportunidades que pode encontrar na área. Para ela, o importante é atuar em espaços que considera seguros e encontrar formas de fazer seu trabalho sustentável que não sejam conflitantes com seu bem-estar e seus valores. Tanto ela quanto Gabriela são veteranas no mercado *gamer* brasileiro, e por isso suas percepções em relação a ele convergem em muitos pontos. Ela lamenta as condições de trabalho que as mulheres enfrentam na área, e entende que a busca por sucesso como mulher *streamer* envolve sacrifícios que ela nem sempre está disposta a fazer.

E é como se o meio expulsasse as mulheres na criação de conteúdo de forma geral, porque você tem a precarização, ninguém, ninguém ganha direito, você só ganha se você der muita sorte ou se o conteúdo explodir e você souber ainda gerenciar isso para crescer ainda em cima disso, têm muitos fatores, mas eu diria que para mulheres em específico não compensa a longo prazo, exceto se você tiver a cabeça no lugar, talvez (risos). É algo que é muito difícil, inclusive criando conteúdo, porque querendo ou não, sua saúde mental vai deteriorando com o tempo, com tanta exposição (Sarah).

Sarah continua atuando como jornalista e *streamer* de games, apesar de sua clareza em relação a esse ambiente. Na contramão de muitas de suas colegas, ela continua seguindo o que considera sua estratégia de sobrevivência, e limitando muito sua presença nas redes sociais.

7.3 “E AÍ ISSO ME FAZ O QUÊ? JÁ QUE EU NÃO POSSO LUTAR CONTRA?”

Conheci Livia em um encontro de profissionais da indústria de games que acontece sempre durante uma importante feira da área. Ela é uma *streamer* com algumas dezenas de milhares de seguidores na *Twitch.tv* e tem suas lives acompanhadas por centenas de pessoas. Seus bons resultados e sua postura dedicada e amigável a tornam uma presença atraente em ações publicitárias e eventos do setor, como o encontro onde a conheci. O lado sociável da *streamer* foi o principal motivador para iniciar sua carreira na área:

Eu comecei em 2017. Eu comecei porque eu percebi que eu podia ter uma boa plataforma para compartilhar ideias e pontos de vista e visão de mundo, visão de vida. E é uma coisa que eu sempre gostei de conversar sobre com os meus amigos. E muitas vezes eu pensava assim: Poxa, seria muito legal se eu tivesse uma câmera aqui, porque é o tipo de coisa que eu gosto de consumir, o tipo de bate-papo que eu gosto de consumir. Às vezes não acho tanto, não encontro tanto na internet. Então assim, que eu descobri o mundo das *livestreams*, foi através de uma amiga, eu já decidi que eu queria começar a fazer live e aí foi só o tempo de eu começar a arrumar as coisas do meu PC e já comecei a fazer. E faço live desde 2017 direto. Não tive nenhuma, nenhum hiato, nenhuma pausa e foi aí que foi. Nunca mais parei porque gostei demais (Livia).

Livia contou que, quando começou, não tinha muitas referências de outras mulheres brasileiras na área e, ao se comparar com as estrangeiras, sentiu uma certa ansiedade por perceber que as *streamers* mais famosas se apresentavam de forma mais sensual.

E a parte de ser mulher nisso desde o início já tinha um peso, porque quando eu comecei em 2017 lá na *Twitch*, que é a plataforma onde eu mais faço lives, quase não tinha mulheres *streamers*! Hoje em dia, 2024, sete anos após, o cenário mudou bastante hoje. Hoje eu não consigo mais contar nos dedos as mulheres que fazem live, mas na época era realmente uma coisa assim de contar nos dedos. Então, era um ambiente ainda mais inóspito do que hoje. Eu vejo assim. E

eu digo inóspito porquê... porque é realmente aquele ambiente que você chega e sente que que você vai ter que prestar mais atenção em como você conduz o seu trabalho por ser mulher. Então, na época, as maiores mulheres, até hoje muitas das grandes mulheres tem um conteúdo mais sexualizado, principalmente na gringa e tal, e eu sempre quis me desvincular bastante dessa... dessa parte, inclusive como mulher feminista a minha opinião foi mudando bastante. Antigamente eu realmente achava ali dentro de mim que putz, é um desfavor terem mulheres aqui vendendo o corpo e tal, porque isso prejudica a imagem de quem não está fazendo isso. Enfim, antes eu até achava isso hoje, hoje em dia já... já não vejo mais dessa forma. Assim, talvez pelo volume de mulheres na plataforma virou uma coisa que que só acredita nesse estigma quem quer, ou talvez por maturidade mesmo de consciência de que cada um faz o que quer e é culpa dos preconceitos são dos preconceituosos, né, não das pessoas que estão fazendo o seu (Lívia).

O feminismo foi determinante para que Lívia mudasse sua opinião sobre essas profissionais, que são constantemente alvo de julgamentos e até mesmo de insultos – como “*titty streamer*” – mas por outro lado, ela não deseja se apresentar da mesma forma justamente porque acha que é um tipo de imagem que a torna mais vulnerável perante o público. Porém ela lamenta que sua expressão de feminilidade seja limitada por esta vulnerabilidade experienciada por mulheres na comunidade *gamer*.

Não sei se foi muito rápido ou se ficou incompleto, mas para mim mesmo é uma questão ainda nebulosa, porque eu vivo pensando assim... Pô... é um pensamento que acho que toda mulher tem. E se eu fosse homem, o que será que ia ser diferente? Eu tento me libertar cada vez mais ao mesmo tempo que certas coisas, tipo um decote, tipo, e se eu quiser me sentir mais sensual? E se eu quiser me sentir mais mulher? É um lado meu que eu... Eu sei que nessa profissão eu nunca vou querer explorar, porque tem lados ruins demais para eu encarar, entendeu? Então, então eu sei que é uma coisa que, como eu falei no início, vem cerceando, sempre cerceia de alguma forma (Lívia).

Lívia questiona a influência de seu gênero no seu trabalho constantemente, e ser determinada ou limitada por ele é uma fonte de ansiedade para a *streamer*. Em outro momento do seu relato, ela expressou o desejo de que sua imagem profissional seja vista de forma independente a sua feminilidade, mas também reconheceu a impossibilidade disso em um meio como as plataformas digitais, onde a imagem é determinante. Gerir seu posicionamento feminista e sua imagem pública

em relação às políticas de visibilidade e engajamento é um desafio constante para a profissional.

Quando a gente fala de produção de conteúdo em outras redes, eu me importo muito menos, porque eu sei que é muito mais agressivo e a quantidade de visualizações não corresponde a quantidade de admiradores do seu trabalho, principalmente quando você é uma mulher e você coloca a sua imagem em jogo, porque é aquele clássico caso, sei lá, produtora de conteúdo, ah eu quero bombar aqui um pouco, vou postar uma foto de biquíni. Todo mundo sabe que uma foto com mais sensualidade, com mais sex appeal, essas coisas vendem, né? Só que aí eu sei que elas vendem, só que o que elas estão vendendo, que tipo de público que vai vir através daquilo. Então eu sou uma pessoa que eu prefiro muito mais ir nos meus passinhos de formiga para vender que eu sou, independente de eu ser mulher, eu acho que para mim isso acaba sendo um foco bem grande. E tipo, eu, eu não quero que o meu conteúdo seja de alguma forma... poluído pelo fato de eu ser mulher, e isso é muito triste de falar mas, mas é uma coisa que eu penso assim, sabe? É querer ser vista independente de gênero né (Lívia).

Porém, o contato com outras mulheres na mesma profissão tem sido uma forma que Lívia encontrou de mitigar um pouco a ansiedade da exposição. Ela relatou que manter e procurar amizades femininas na área a tornou mais autoconsciente de como a pressão estética também motiva rivalidade entre mulheres, e que muitas vezes essa competição acontece mais por expectativas condicionadas pelo patriarcado do que por existir de fato algum conflito entre as profissionais.

Desde o início eu sempre procurei apoiar mulheres e estar perto de mulheres, até porque a gente se sente confortável assim. E daí, lá no início, com algumas amigas, a gente criou um grupo de mulheres que faziam live, a gente se engajou. Só que daí, conforme o tempo foi passando, isso foi se mostrando desnecessário por causa do volume de mulheres mesmo e começou a ser uma coisa bem, eu não sei as porcentagens... Ah inclusive, inclusive a última vez que eu fui olhar o top, o top... sei lá, dez top 100 da *Twitch*, eu vi tão poucas mulheres ali que eu fiquei assustada porque no meu cotidiano, na minha cabeça, no meu imaginário, entre as pessoas que eu sigo, muita mulher faz live, mas às vezes nem é assim, né? Às vezes esse tipo aumentou muito em relação como era, mas ainda é pouco, né? Não sei por que eu não tenho os dados de fato, mas eu mesma, pessoalmente, fui fazendo um trabalho de me aproximar de mulheres. Como mulher, eu digo o que eu vivi também... acho que também por causa da parada do criador de conteúdo ser uma coisa muito solitária, uma coisa muito coringante (sic), sabe, que vai deixando a gente doida, muitas vezes a gente vai se isolando no

nosso próprio mundo e vendo os outros como inimigo. E eu senti no meu coração e rivalidade feminina assim, sabe, muitas vezes, já assumi que uma mulher não gostava de mim, já assumi que... que... que existe algum tipo de competição, de beleza, qualquer coisa que que imaginária dessas, né? Desses pesos imaginários quase coletivos.

Mas eu fui quebrando isso com as companhias, né? Com as minhas companhias. E a *Twitch* também em si, eu sou parceira da *Twitch* e tenho uma relação boa com a plataforma desde sempre, sempre fiz um trabalho bem certinho, nunca descumpri regras e fui conquistando o meu, o meu espaço entre os parceiros ali da *Twitch*, e a própria *Twitch* promove muitos eventos voltados para mulheres e reúne bastante a gente.

Isso foi bem positivo assim, para mim, bem positivo. Eu sei que é o tipo de coisa que às vezes, nem todas as pessoas que estão ali na plataforma têm a oportunidade, mas foi bem bacana para mim (Lívia).

Esse contato entre mulheres, porém acaba ficando restrito a iniciativas pessoais ou a encontros motivados pela *Twitch*. Lívia nunca participou e desconhece coletivos de *streamers* feministas atuando na plataforma hoje. E, nesse sentido, tem dificuldade de se mobilizar contra episódios de assédio no seu ambiente de trabalho. Ela relatou que se condicionou a lidar com essas questões procurando ignorar as agressões e se isolar mentalmente dos seus efeitos, principalmente porque entende essa negação autoconsciente como a única forma de sobreviver como mulher na profissão que ama e escolheu. Mas também vê com ambivalência essa estratégia, porque teme estar perdendo sua sensibilidade aos episódios de machismo por causa dela, além de questionar seu compromisso com seu posicionamento feminista ao evitar ativamente confrontos. Esse lugar ao mesmo tempo de vulnerabilidade e resistência é fundamental para a estratégia não-confrontacional que Lívia adota para comunicar seu feminismo ao seu público, como destacado nos trechos transcritos a seguir.

Mas, o que aconteceu também ao longo desses sete anos que eu faço live, é que eu fui me libertando das amarras e me fechando, talvez, mentalmente para os assédios e coisas do tipo. E o que isso significa? Significa que eu fui me blindando mentalmente de uma forma que hoje eu muitas vezes não percebo. Muitas vezes não percebo as coisas que acontecem e que eu passo, eu só passo por cima. É um ponto que eu não gosto muito de olhar pessoalmente assim, porque é um ponto que eu sozinha não tenho força, e até coletivamente a gente não tem tanta força... Pelo menos é como eu sinto. E questões assim, macro, sociais, culturais, elas não são superadas pela vontade das pessoas de superar. Eu acho que existe o fator tempo, que é muito determinante assim pra sociedade assim,

ir digerindo as coisas e processando e mudando. E aí isso me faz o quê? Já que eu não posso lutar contra? No meu sentimento eu só me resigno e aí eu não vou usar um decote, eu não vou fazer uma coisa que possa me sexualizar. Eu não vou. Vou sempre prestar mais atenção nisso aí. E nisso entra também meu discurso sobre o feminismo, porque eu sou feminista.

Inclusive, eu estava no *Twitter* agora mais cedo e estava meio assustada com essa onda mais recente e mais fervorosa de ódio contra as mulheres né, que tem acontecido. E só que eu sei o meio que eu estou inserida e como eu não gosto de dar murro em ponta de faca, todos os meus posicionamentos políticos na live eles são mais mostrados através de atitudes e linhas de raciocínio do que de rótulos, porque eu sei que rótulos afastam as pessoas ignorantes, que na minha visão são a maioria. Assim, as pessoas não conhecem a fundo certas questões, e é aí quando vem o rótulo, já fica Meu Deus, né? Esses dias apareceu um menino na live né, eu conversando e tal, ah, mas você é feminista? E sempre que me perguntam diretamente eu falo eu sou. E isso assusta muita gente na live muitas pessoas ficam surpresas porque eu tenho uma postura muito tranquila. Eu sou uma pessoa pacífica, sabe? E muitas vezes relacionam militância e visão política como briga de fato, posicionamentos, com briga. E eu gosto muito de trazer meus posicionamentos sem briga. É especialmente estratégico para mim até, tomo um cuidado especial para não levar para esse lado, para angariar mais seguidores para (rindo) o feminismo no caso também, entendeu? Não só para mim, porque com certeza, como profissional, eu acho mais...

Mas... não sei se é mais positivo, porque as pessoas que se posicionam ferrenhamente elas também têm os seus benefícios de quem pensa daquela mesma forma né. Mas eu acho que é um caminho de tolerância que eu acredito mesmo pessoalmente, que seja o melhor jeito da gente ir evoluindo como sociedade. Então, sobre feminismo, a gente fala sobre os assédios que as mulheres passam. Eu já contei o meu próprio caso de assédio algumas vezes na live, já compartilhei, sempre compartilho essas dores de... de... de ter que me preocupar em não ter minha imagem sexualizada. E isso eu sou muito feliz de ter conseguido fazer.

(...)

Cara, a primeira vez que eu fiz live ou a segunda vez que eu fiz live já chegaram falando do meu corpo e falando de intenção de estupro e coisas assim. E, ora é gostosa, ora é gorda, ora é feia, ora é bonita... E é uma coisa muito doida de você abrir uma live sem ainda ser um profissional, sem estar preparado para isso, sem você imaginar que as pessoas realmente vão chegar e falar o que elas quiserem para você, né, e te desrespeitar da forma que elas quiserem. Isso acontecia no início e... e aí eu fui aprendendo, das primeiras vezes doeu muito, tanto é que eu lembro mais das primeiras vezes do que sei lá, da última vez que aconteceu, entendeu? E isso me deixou muito, muito chocada. E os cliques que faziam também, quando eu levantava da câmera e tal, tudo me deixava muito perturbada. Só que eu queria muito continuar, e eu sabia que se eu ficasse muito perturbada por aquilo, eu não ia

conseguir continuar. Então foi assim, um mecanismo de defesa barra sobrevivência mesmo, de não vou dar bola para essas coisas assim. E hoje eu de fato não dou bola. Mas eu vejo que é um problema do fato de eu não dar bola, porque por algum tempo eu não tive a consciência de que fui eu que fiz essa seletividade. Eu achava que aquelas coisas não aconteceram comigo porque eu não dava bola, né? Então, aí, aí depois eu fui me ligando não, não acontece. Acontece sim. Eu que estou ignorando. Eu estou passando por cima. E isso é problemático. Porque é... porque quando você ignora um problema, ele não é uma coisa para ser resolvida. Só que ao mesmo tempo, se você vive o problema muito intensamente, você não consegue fazer seu trabalho. Então é difícil se manter politizado ao mesmo tempo em que você sobrevive e tenta sobreviver com paz. É por isso que eu acho que a militância acaba vindo com tanto, com tanto coração também. Muitas vezes, porque é muito difícil você estar em torno dessas questões e você não se afetar, né? E eu fui achando esse meu jeito de não me afetar e agora estou buscando algum equilíbrio (Livia).

Lívia equilibra sua prática profissional e seu posicionamento feminista entre a paixão e a impotência. Seu público é majoritariamente masculino, e conflitos abertos a deixariam muito exposta. Porém ela conseguiu encontrar uma forma de educar sua comunidade, e hoje acredita que ela é bastante autorregulada e colaborativa. Na ausência de alternativas coletivas para lidar com a vulnerabilidade enfrentada por uma *streamer* mulher, ela entende que a resiliência é a única via para se manter ativa na área.

7.4 “E ASSIM A GENTE VAI, COMO DIZEM OS DIREITISTAS, DOUTRINANDO A GALERA SEM A GALERA PERCEBER”

Educar é uma atividade familiar para Rafaela, já que ser professora é sua primeira profissão. A *streamer*, na faixa etária acima dos 40 anos de idade e com uma base significativa de aproximadamente 10 mil seguidores, tem perfil e origem incomuns na área: iniciou suas atividades em 2021 como forma de ajudar colegas com as aulas online e de exercer sua profissão no contexto do isolamento social da pandemia de COVID-19. A princípio, seu conteúdo era totalmente direcionado às aulas, e a transição para os jogos aconteceu por causa do incentivo da comunidade. Rafaela relatou ter resistido a princípio, porque não via a *Twitch* como um espaço adequado para uma *streamer* de jogos com o seu perfil.

Eu sempre gostei de jogar, enfim, mas na minha vida particular. E eu comecei a citar algumas histórias de alguns jogos que tinham a ver

com a história que aparecia (durante suas aulas online), sei lá, uma personalidade que era uma paródia de tal figura pública não sei o que, e aí as pessoas começaram a me pedir: Por que você não joga? E enquanto você joga você vai contando pra gente. E eu vou confessar, sabe, Beatriz, que num primeiro momento eu fui muito contra isso, porque eu pensava que a *Twitch*, né? Ela só tinha gente pro em jogo. Então a gente está jogando tal jogo, então a pessoa que está transmitindo ela é uma atleta de Valorant. A pessoa que está transmitindo, ela é uma campeã brasileira de League of Legends. Assim, eu não imaginava, eu não tinha o conhecimento de que a ampla maioria da *Twitch* são pessoas normais jogando jogos ali, né? Então, num primeiro momento eu fui muito resistente, mas aí isso meio que foi acontecendo naturalmente, porque eu entendi que eu conseguia chegar mais longe se eu também me adaptasse ao grosso da plataforma, que são os jogos. A gente obviamente tem um monte de programas diferentes ali, de gente cozinhando, gente viajando, enfim, mas a grande maioria é jogo. E aí eu fui assim no começo, ainda um pouco resistente fazendo isso, porque eu sentia muita vergonha, eu falava nossa gente, eu não jogo tão bem assim, eu vou ficar morrendo e vocês vão ficar vendo eu morrer tirando sarro da minha cara e tal. Mais depois o negócio foi fluindo e as pessoas foram gostando muito desse tipo de abordagem, de trazer um jogo mais meio que ir falando sobre o tempo quando ele foi feito, quem fez, por que ele é daquele jeito, por que ele fez sucesso naquela época... E aí eu fui expandir (Rafaela).

Mesmo quando migrou para os jogos, Rafaela manteve a abordagem educativa, buscando como diferencial fazer comentários sobre questões históricas e culturais dos jogos que transmite, além de entrevistar os desenvolvedores dos games brasileiros que mostra em suas *lives*. Com isso, construiu uma comunidade de seguidores segmentada, que está mais interessada em discutir o contexto e buscar informações sobre jogos do que em acompanhar performances de alto desempenho. O posicionamento político da *streamer* aparece nessas discussões, e ela faz questão de marcar seu alinhamento com a esquerda por meio de emotes⁶⁷, título das *lives*, uso de bandeiras LGBTQIAPN+ e pela adoção da linguagem neutra. Rafaela relatou que a abordagem didática é a forma que encontrou de sustentar tanto seu posicionamento político aberto quanto a sua segurança na *Twitch* que, segundo a streamer, faz muito pouco para proteger as profissionais.

Eu brinco que o meu conteúdo é muito safado nesse sentido. Porque a pessoa chega achando que ela só vai assistir uma gameplay, mas eu tenho um trabalho, eu gosto de fazer esse trabalho profundo

⁶⁷ Ícones personalizados que podem ser usados pelos seguidores como reações no chat, como emojis próprios do canal.

assim, por trás do jogo de algumas discussões que aparecem no jogo, inclusive discussões sobre desenvolvimentos de personagens femininas e explicar: Bom, esse jogo foi lançado em 90, vamos entender o que acontecia nessa época, como que era visto? E aí eu gosto de jogar muito isso para as pessoas e manter essa conversa no chat. Então eu estou lá jogando, enfim, eu sou uma pessoa que dá muito pause, justamente porque às vezes eu quero ler, a galera escreve uns textão e eu fico lá nos textões também. E é isso. Eu tenho um amigo, inclusive, que fala Rafaela, você é a pessoa que eu assisto que mais dá pause no jogo. E eu não me incomodo porque tem sempre alguma coisa acontecendo no chat, você falando alguma coisa, mas é porque eu tento trazer esse tipo de coisa meio que disfarçado e assim a gente vai, como dizem os doutrinadores, doutrinando a galera sem a galera perceber (Rafaela).

Manter o tom acolhedor enquanto passa a mensagem feminista de forma assertiva se tornou a principal estratégia de Rafaela quando é confrontada por posicionamentos machistas. No relato transcrito abaixo, ela exemplificou uma dessas interações.

Olha, eu vou falar o seguinte: eu acho que eu utilizo muito de truque. A minha fala mansa, porém, muito assertiva para cima de quem chega dessa forma. Não é que eu não confronto, mas às vezes assim, chega alguém, sei lá, estamos jogando, tá, aí a gente sabe, infelizmente, que assim como na literatura, no cinema, enfim, tem gente que no videogame usa o abuso, a morte, a violência contra a mulher como gatilho para que o protagonista se lance numa aventura no mundo, né? E eu sempre... é muito engraçado agora, Beatriz, porque eu já olho para a câmera de um jeito e a galera do chat fala: eeee a Rafaela lá o negócio que você falou da geladeira⁶⁸. Porque a gente fala dessas teorias e tal e eu trago, eu acho legal as pessoas saberem, sabe? E a galera já sabe pelo meu olhar para a câmera. Tipo, complicado, né?

E aí a gente estava jogando um jogo. Enfim, infelizmente eu não lembro qual é, mas aí chegou um cara e assim, que não era uma pessoa, ele nunca tinha se mostrado assim, de forma alguma, ele nunca tinha sido preconceituoso ou agressivo com ninguém no chat, inclusive era bem-educado assim do ai, bom dia, tudo bem? Vocês estão bem aqui, vou almoçar aqui com vocês, vou jantar com vocês, que é essa coisa de companhia, né? Que o *streaming* dá para as pessoas. E aí ele escreveu kkkkk quem mandou sair com essa roupa também, né? Foi estuprada. Aí eu falei assim para ele: Oh, eu pausei o jogo, aí todo mundo no chat começou: Porra, que comentário merda hein, que eu não sei o que biriri bororó, blábláblá. Aí eu fiz

⁶⁸ Referência ao clichê narrativo 'Mulheres na geladeira', termo usado pela primeira vez pela quadrinista Gail Simone em 1999 para descrever o uso do assassinato ou violência brutal cometida contra uma personagem feminina como recurso narrativo para motivar o protagonista em sua jornada. A expressão se refere ao volume 34 da revista em quadrinhos Lanterna Verde, publicado em 1994, em que o herói encontra o corpo de sua namorada brutalmente assassinada em sua geladeira.

assim: ó, você já está lendo aí o chat. E aí ele começou a brigar com a galera do chat e eu falei assim: Oh, já que você falou isso, eu posso pedir sua atenção por dois minutos. E aí eu contei para ele e falou assim: Ah, porque eu não entendo esse negócio que vocês falam que vocês têm medo de sair à noite. Eu também tenho medo de sair à noite. Aí eu fiz assim vamos lá, porque era uma situação que a moça saía mais tarde de uma festa. Ai, enfim, era uma desgraceira toda, né?

E aí eu falei assim: Oh, fala, escreve para mim aí no chat, aí eu falei, eu falei para o chat tipo gente, peraí, calma um pouco, vamos lá. Falei assim quando você sai à noite e você está voltando sozinho para casa, descreve para mim no chat quais são os seus medos. Aí o cara aí o cara escreveu: Ah, eu tenho medo de ser roubado. Eu tenho medo de que alguma pessoa biriri bororó parará. E por último, ele colocou eu tenho medo de ser agredido. Eu falei: Tá, eu falei assim você colocou por último medo de ser agredido. Você acha que você é uma pessoa que consegue revidar assim? Tipo, se alguém sair na mão com você? Aí falou: Não, porque eu faço arte marcial, eu não uso isso o tempo inteiro, mas eu faço arte marcial. Falei: Puxa, que legal, né? Então você tem... assim, você consegue usar o seu corpo como uma arma se for necessário, né? Aí, ele: Ah tá. Ah, eu falei assim: Então, além de todos esses medos que você tem, deixa eu explicar alguns extras que nós, pessoas que possuem vagina, e eu falei, não importa se a gente se identifica como homem ou mulher, tem. E aí eu comecei a falar para ele: A gente tem medo disso aqui, porque a violência não vai ser a pessoa dar um murro na nossa cara, a violência vai ser a pessoa arrancar nossa roupa, e aí eu meio que fui trazer...

Aí vem a famosa frase: Porra, nunca tinha pensado por essa, por esse meio. Aí eu falei então você entende? Deu uma meia hora de conversa, meia hora, a porra do jogo pausado, todo mundo rindo disso também, né? Tipo, vai lá, vem a Rafaela, porque a galera sabe que eu faço muito isso. E eu falei assim agora você entende por que o teu comentário é tão problemático? Aí ele: Poxa, verdade né? Eu falei então... aí a própria pessoa fala: Poxa, desculpa, não vou fazer mais isso.

Eu já acho que isso para mim é muito mais recompensador do que só eu falar: ai pelo amor! Porque eu não vou mentir para você, Beatriz. Eu tenho muita vontade de falar: Ai, cala a boca, macho! Deixa a gente, deixa a gente jogar em paz! Dá uma vontade! Mas eu percebi, assim como você está falando, das outras *streamers* também, que isso é meio como se, é o que eles esperam, porque aí eles vão, entre muitas aspas, te irritar. Você vai ficar abre muitas aspas, descontrolada. E aí eles fazem clipe, eles distribuem você gritando para um monte de gente. Então assim, é uma estratégia também para não entrar nisso que eles querem, que é o famoso tiltar. Eu vou te tiltar de alguma forma, eu vou fazer sair... Porque você gritando você não tem razão.

Então eu aprendi um pouco disso também de: Oh, vamos ver por que isso aqui que você falou não tá legal. Às vezes, acontece também de mesmo você sendo... falando desse jeito, a pessoa ai cala a boca, tá falando merda, não sei o quê. Aí eu falo: Pô, tentei conversar, não deu, aí é /ban. Então assim, aí eu já não fico explicando muito também, porque que eu fiz. Falo oh, quis abrir um diálogo aqui, você

não quis. Então você cala a boca que o lugar é meu. Aí dou /ban e beijo. Vida que segue.

Mas eu percebo que isso também da gente, e agora eu vou falar porque eu tenho outras amigas que falam muito isso para mim, da gente não entrar em conflito direto exatamente é disso, porque tem uma galera que fica clipando isso e fica retransmitindo. Eu já tive a minha live retransmitida, tá, num canal de uma pessoa que estava tirando sarro da minha cara. E isso é uma coisa que acontece frequentemente na *Twitch*, a *Twitch* não faz p. nenhuma, tá? Então eles ficam esperando esses momentos, e eles fazem esses cortes de tipo olha a mulher tiltando e brigando não sei o quê. Então, é também uma forma de me proteger desse tipo de coisa, de não ter o meu material espalhado nesse sentido (Rafaela).

Além de expor a principal abordagem usada por Rafaela para trazer posicionamentos feministas em suas lives, este trecho do relato da streamer também mostra um pouco a amplitude da vulnerabilidade em que as profissionais são expostas na *Twitch*. Além da plataforma fazer pouco para conter as agressões, que são frequentes, cabe às mulheres fazerem o trabalho emocional de sustentarem essas situações sem mostrar reações emocionais que podem ser usadas para agredi-las novamente. Neste contexto, se condicionar para ignorar esses episódios, como relatou Livia, é praticamente a única estratégia disponível para as *streamers*.

Especificamente sobre a segurança da *Twitch*, Rafaela foi enfática:

Olha, eu estou começando a colocar minhas coisas no *YouTube* agora, então *YouTube* eu não tenho como te falar porque eu não tenho essa e essa experiência pra te falar. Mas estando quatro anos na *Twitch* eu digo que a *Twitch* é péssima para qualquer coisa relativa à segurança. Há reclamações sobre segurança, a gente, e aí todo mundo tá, passa por muito ataque de bot, por exemplo, e aí você tem que recolher informação e mandar e falar olha, tive ataque de bot, não sou eu que estou comprando seguidor, e o que eu percebo é que apesar de existir um filtro de palavras que são censuradas no chat, as pessoas dão um jeito de driblar esse tipo de censura. Quando nós fazemos denúncias com gente que chega e fica ou spammando ou falando coisas sobre mim ou sobre outras mulheres, enfim, não há resposta a maioria das vezes, então é bem ruim assim. A *Twitch* nesse quesito de rede de segurança, de dar segurança para as mulheres é muito ruim.

Começou recentemente um movimento aqui no Brasil de fazer mais eventos com, principalmente as mulheres *streamers* e tal, foi um trabalho educativo legal para nós como *streamers*. Mas assim, eu não vi diferença nenhuma no modus operandi da plataforma. Assim, não vi. Então não posso dizer que é um lugar que eu me sinto 100% segura, tá longe disso. E as reclamações que você tem que fazer muitas vezes não são ouvidas. Ah é besteira. A pessoa entrou e ela te... só te mandou duas frases, isso aí não é nada, mas de duas em duas frases para 500 *streamers* né o negócio vai para frente. Então

eu acho muito insatisfatório o serviço nesse sentido principalmente de segurança para mulheres, acho uma droga. Para não falar um palavrão aqui (Rafaela).

A ineficácia da plataforma em garantir a segurança de suas *streamers* é ainda mais crítica considerando a frequência dos ataques, que segundo Rafaela são semanais.

A pressão estética também é um fator de vulnerabilidade vivenciado pela *streamer*, que declarou se sentir insegura ao expor sua imagem. Ela relatou que, por ser mais velha que as influenciadoras mais frequentemente contratadas pelas marcas *gamers*, sente que sua aparência é um dificultador na hora de fechar patrocínios e parcerias. Rafaela mantém algumas marcas em seu portfólio, mas conta que os contratos vieram por alinhamento de perfil e por meio de busca ativa por parte dela, já que não é agenciada e depende da própria iniciativa para prospectar parceiros comerciais.

Então, tem sim um incômodo bastante grande e num primeiro momento eu achei que eu não sofreria isso porque eu estava, por exemplo, dando um conteúdo de aula, mas o que acontecia era, quando eu estava dando conteúdo de aula, eu recebia que eu estava na época com o cabelo azul, roxo, enfim, muito parecido com o seu, aliás. E aí as pessoas a falar assim: Nossa, uma professora de cabelo roxo nunca vi kkk. Então, sim, sempre tem uma necessidade de fazer, e eu percebi isso na live de colegas meus também. Tá? Essa necessidade de fazer um comentário, qualquer que seja, sobre a aparência de quem está streamando.

A galera, inclusive tira muito sarro porque a minha câmera na minha transmissão ela é muito pequena. Eu não gosto de ter a câmera grande na transmissão justamente por isso. Eu falo para as pessoas assim eu meio que falo: não, eu deixo a câmera pequena que eu quero deixar o máximo do jogo para vocês, para não deixar nenhum cantinho pegando no jogo. Mas é mentira. Beatriz, Eu deixo a câmera pequena porque eu não quero, eu não quero ser o atrativo entre muitas aspas. Eu quero que as pessoas cheguem pelo conteúdo, pelo que está sendo falado. Infelizmente é impossível, porque sempre tem alguém que quer fazer um comentário. Falar alguma coisa sobre a sua aparência. Às vezes é neutro, às vezes vem de forma educada, às vezes vem de forma muito agressiva. Então gente que, já tivemos inúmeros casos de gente que segue, só para falar alguma coisa, só para xingar, só para falar ah, não devia, tá jogando isso aí não é para você. É xingando você pela aparência. Mas... e alguns comentários um pouco incômodos sobre aparência, né? E coisas do: Ah, por que a tua câmera tá assim? E por que a câmera não tá maior? Levanta aí para eu te ver melhor. Coisas do gênero, que eu aí eu eita, talvez eu esteja num site errado, né? E então, isso é um incômodo até hoje, Beatriz, assim, bem grande

mesmo é, a gente infelizmente passa por isso assim, pelo menos semanalmente (Rafaela).

Para lidar com esse cenário, Rafaela conta com uma equipe de moderadoras que são acompanhadas de perto pela *streamer* e orientadas a responder rapidamente a qualquer agressão. Espectadores com comportamentos mais agressivos são imediatamente banidos. Quando sente que cabe o diálogo, Rafaela prefere acolher e conversar em uma abordagem mais didática, como o episódio aqui narrado anteriormente. E, apesar da recorrência de agressões e da ineficiência da plataforma, Rafaela se orgulha de ter construído uma comunidade de seguidores ativos que considera bastante acolhedora. No trecho transcrito abaixo, ela expressou esse sentimento ao narrar o comportamento de seu chat quando algum espectador novato demanda a sua atenção de forma insistente e desrespeitosa.

Mas eu acredito, sabe, Beatriz, que uma das coisas, inclusive uma das coisas que eu sou muito feliz assim, eu construí uma comunidade muito legal. Eu brinco que é uma comunidade que se autorregula, sabe? Tem as próprias pessoas que estão no chat, falam assim calma, ela tá brigando lá, daqui a pouco ela te responde ela já viu, né? Se ela não olhar, as moderadoras fazem muito isso. Olha, se por acaso ela não viu, a gente copia e cola, não tem problema. Então assim a comunidade me ajuda também muito, tá? E outra coisa também que eu acho que é eu sou particularmente muito orgulhosa disso: Eu vejo muita gente que se identifica como mulher no meu chat, é bastante grande, a gente fez uma pesquisa que na realidade não é uma pesquisa, tem a pesquisa da *Twitch* que a gente pega os dados direto da *Twitch*. Mas eu fiz também um lance pelo Google para ver as pessoas que estavam ativas no chat mesmo, sabe?

Então galera, vai clicando e a galera compra muito isso assim eu gosto bastante, porque eles fazem, eles respondem, eles adoram escrever coisa pra mim, e tem muita gente que se identifica como mulher, então eu acho que é... E dizem para mim que acham que é um espaço seguro. E muita gente do espectro LGBTQIAP+. Então, quando chega uma galera meio esquisita, a comunidade se autorregula, tipo wow, baixa a bola aí, wow olha como você está... como você está sendo grosseiro com fulano. Ó, você está chamando a pessoa de pronome errado. A galera mesmo se fala, sabe? Então, às vezes, Beatriz, nem eu preciso falar. Então isso é uma coisa que me deixa feliz também, porque eu sinto real que tipo tá, tá funcionando.

Às vezes escapa esse lugar, às vezes aparece uns tontos, aparece, mas enfim, né? E obviamente que isso aparece muito mais vezes quando, por exemplo, né, parceiro você pode participar de um lance que se chama backfill na *Twitch*, você coloca tua página como candidata, e aquele carrossel quando você abre *Twitch.tv*, aquele

carrossel que vai passando são pessoas, são parceiros que estão em destaque. Então eles colocam você em destaque na hora que você está streamando, né? Então, quando eu comecei a participar do backfill, começou a aparecer muito mais gente desse jeito. Tá? Não vou mentir não, mas é assim, a comunidade se autorregula, então isso eu acho que também conta muito a favor da gente assim, sabe, no canal então eu fico mais tranquila (Rafaela).

Um demonstrativo do sucesso de Rafaela em criar uma comunidade acolhedora e diversa é o uso de linguagem neutra pela streamer em suas lives. A linguagem neutra é alvo frequente de ataques por parte de ativistas de extrema direita (Signorini & Lucena, 2025), e as pessoas que a usam infelizmente se encontram mais expostas a assédio e discurso de ódio nas redes. Rafaela contou que sua abordagem didática foi fundamental para que a adoção da linguagem neutra fosse bem aceita pelo seu canal.

Assim, desde o começo eu... eu já tava, porque eu estudo muito por conta, não faço isso academicamente, não. Eu leio muito, estudo muito sobre linguagem neutra, uso de linguagem neutra e tal. E quando eu comecei a fazer o *streaming*, eu tava lendo um livro, qualquer coisa, até pego ele aqui o nome direitinho para você. Eu estava lendo um livro que falava muito sobre aplicabilidades de linguagem neutra e algumas estratégias do tipo você começar não falando bem-vindos, bem-vindas, bem-vindes, que para mim é o básico quando chega alguém, mas de você começar a moldar a tua linguagem numa forma de não falar todos, ah porque todos que estão aqui, todas as pessoas que estão aqui, e aí começar com esse tipo de estratégia e devagarzinho colocando o todes por exemplo, né? E eu fui fazendo isso durante as aulas. Tá, bem devagarinho. E foi. E assim, as pessoas que estavam ali, a maioria quando se manifestava, falava ai que legal me senti incluída, porque você disse bem-vinde, incluíde porque você disse bem vinde.

Aí eu: ah que massa, legal! E continuava como se nada estivesse acontecendo. Tive sim, já, e assim mais de uma vez, mas ainda bem que não foi muito, tá? Por exemplo, quando chega alguém eu falo hoje eu coloquei isso da forma mais né, ô pessoa, ai leio o nick né? Poxa, boas-vindas, espero que você goste do canal e tal, mas quando a pessoa me ouve usando a linguagem neutra, já aconteceu de um chat falar ihh, usa a linguagem neutra vou parar de seguir. E eu: Tá bom! Não tem problema.

Então assim, a sorte que eu tenho também é que o público compra assim muito fácil as coisas, sabe? Eu acho que é nisso que eu fico muito feliz, é que eu consigo através da minha argumentação, mesmo se alguém chega falando assim: Mas você acha mesmo necessário você falar bem-vindos, bem-vindas, bem-vindes! E aí através da argumentação, trazer alguma coisa para a pessoa e a grande maioria pensa tá e fala e depois relata para mim, tipo ah, eu nunca tinha pensado nisso. Agora que você está falando isso para mim faz todo sentido.

Então é, eu não vou falar para você, Beatriz, que tem dias que a gente tá mais cansada, que a gente já passou por, né? Um monte de irritações durante o dia, tem dia que eu não estou com paciência. Se a pessoa chega e... manda o block direto, falo ai gente, hoje eu não tô com paci... eu falo, hoje eu não tô professora, e a galera dá risada, sabe, porque já sabe como que funciona o negócio. Então aquele negócio da autorregulação, eu não deixo de falar. Eu sempre usei isso e sempre falei gente, não custa.

Tipo, não custa você falar uma palavra mais, não, não vai gastar a tua língua. Aí você de repente está abraçando alguém que estava se sentindo super deslocado, sabe? Então o que custa? E a galera: Poxa, nunca tinha visto por essa forma biriri bororó. Então assim, desde o começo tem isso. A gente tem isso o tempo inteiro. A gente tem muita gente no chat que se identifica como pessoa não binária e aí se sente à vontade, porque mesmo quando a pessoa vem falar sobre ela ah, eu sou muito tímida, eu não quero falar, a gente falar para com isso, não sei o quê, a galera não liga. Então isso acaba também trazendo uma sensação de conforto, segurança maior para quem tá ali, né? A ideia assim, né?

Hoje eu percebo assim, talvez eu não consiga trazer super 100% didático, explicado tudo o que eu queria falar. Mas se eu estou oferecendo um lugar onde a pessoa se sente segura para ser quem ela é, isso para mim já está bom, sabe? Porque é tipo uma ilhazinha de conforto no meio de um mundo que é uma bosta para ela, sabe? Então, isso para mim já me deixa feliz. O que vier a mais para mim é lucro (Rafaela).

A comunidade é um aspecto do trabalho muito importante para Rafaela, e ela busca coletividade também na sua relação com outras *streamers*. Ela relatou nunca ter participado de um coletivo feminista organizado, mas estar em contato constante com outras mulheres *streamers* por meio de um grupo no *Telegram*. Nele, as participantes se ajudam compartilhando dicas de uso das plataformas e alertas sobre usuários agressivos ou maliciosos.

Coletivo de mulheres, eu nunca participei. O que eu tenho, e aí é um grupo grande de mulheres que estão unidas por um grupo de *Telegram* (risos), que é um grupo assim, de nós nos avisamos coisas. Esse grupo serve para relatar coisas que acontecem no canal e deixar, por exemplo, alguns prints. Então, por exemplo. Gente, hoje eu tive problema com esse usuário. Oh, ele chegou falando isso, isso e isso. Então assim, a gente se defende dessa forma, tá? Então, esse negócio de passar informação, então, quando chega alguém também que é muito invasivo, que faz perguntas invasivas, a gente já deixa meio que as *streamers* de olho, oh, esse nick aqui é está sendo um pouco invasivo, Está insistindo muito no chat para que se fale X ou Y. E aí, como a *Twitch* é enorme e muito pequena mesmo tempo, o que acontece às vezes de se a pessoa já passou, essa pessoa já passou pelo meu canal, a pessoa tá banida porque fez isso, isso e isso, aí tem aquele todo aquele lance de block preventivo, aí vai toda mulherada e bloqueia tudo, né? (...) No dia a

dia é uma maneira de driblar, tá, então assim, na rapidez de resolver as coisas, é uma maneira de driblar. Mas a gente já mandou e-mail assinado por um monte de gente e aí a gente acaba sempre recebendo respostas automáticas, mesmo que esse e-mail seja mandado, por exemplo, a gente sempre coloca alguma parceira para mandar isso na plataforma, né? Porque a gente, parceiro, tem atendimento preferencial, a gente passa na frente, na fila, mas mesmo assim a gente recebe muita mensagem automática. Então, é meio que assim, vamos lidar com isso no dia a dia e aí a gente vai tentando pensar o que a gente pode fazer como um grupo, mas a maioria é dessa forma, de você mesmo meio que aliviar o dia a dia de trabalho uma da outra. Sim, é mais nesse lance meio imediatista (Rafaela).

Esse tipo de auto-organização, assim como a postura acolhedora e didática durante as lives, são formas de lidar com as lacunas de atuação das plataformas. Apesar dessa condição solitária, Rafaela segue seu trabalho fortemente apoiada pela comunidade, de fãs e amigas, e pela sua própria iniciativa na busca de formas de financiamento para seu trabalho.

7.5 “EU SEMPRE QUIS CRIAR UM ESPAÇO SAUDÁVEL, UMA... UM REFÚGIO DA COMUNIDADE GAMER COMO ELA É NA INTERNET”

A relação de Raíssa com os games é anterior ao trabalho como *streamer*. Ela sempre desejou trabalhar na área, e chegou a ingressar em uma graduação de desenvolvimento de jogos, que abandonou por questões financeiras. Porém, se formou na área de tecnologia e seguiu acompanhando o mercado de perto como fã, principalmente os desenvolvedores de games brasileiros e o cenário independente. Ela é uma mulher jovem, na faixa dos 25 aos 35 anos, que mora em uma capital na região sudeste, o que facilita frequentar eventos e encontros do mercado. O sonho de trabalhar com games, porém seguiu vivo, e com o início da pandemia de COVID-19 em 2020 Raíssa começou a considerar o *streaming*, pois via nele uma forma de conversar com pessoas com gostos semelhantes ao seu durante o isolamento social.

Aí eu comecei a estudar como é que se fazia para poder abrir lives e tudo. E aí em maio de 2020 eu fiz a minha primeira live no canal jogando o que que foi o meu tema do TCC da faculdade, só que foi mais assim, foi design de embalagem inspirado na série. E aí foi esse jogo que eu estreei o canal. E no começo eu confesso que eu ficava muito preocupada com algumas questões. Por exemplo, quando eu via sobre *streamers* famosas, sobre criadoras de

conteúdo famosas, sempre apareciam aquelas pessoas que é, como é que se fala assim tipo, eram mulheres que eu só aparecer muito corpo e tal. Durante as gravações e tudo durante as lives. Aí ficava pensando poxa, será que para fazer sucesso tem que ser assim e tudo, não era muito o meu jeito... Então eu nas primeiras lives eu fazia de câmera fechada. Daí um dia assim, criei coragem e fiz minha primeira live de câmera aberta, com medo de sofrer hate de homens porque a comunidade *gamer* ela sempre foi tóxica. Eu até tive um período que eu me afastei um pouco da comunidade *gamer*, eu me dediquei mais à música e foi entre 2016 e 2018. Mas acabou que assim... tem certas coisas que não tem como a gente fugir. Tem certas coisas que fazem parte da minha essência. Games faziam parte da minha essência. Então eu voltei lá em 2020, comecei a fazer lives, comecei assim tipo o pessoal começou a entrar no meu canal, as pessoas começaram a acompanhar as minhas lives e eu comecei a crescer assim.

Aí em 2020, em junho de 2020 eu participei de um coletivo chamado *Wakanda Streamers*, que era um coletivo de criadores de conteúdo pretos, e foi muito legal assim, para mim a *Wakanda Streamers* foi essencial na minha carreira, porque me ajudou muito, ajudou muito a alavancar minhas lives, ajudou muito a alavancar meu conteúdo e, além disso, conheci muitas pessoas criadores de conteúdo que eram ótimas ali dentro da *Wakanda Streamers* (Raíssa).

Raíssa teve então uma experiência diferente de organização coletiva que Gabriela, Sarah, Lívia e Rafaela, a de fazer parte de um coletivo organizado para suporte mútuo entre *streamers*. O *Wakanda Streamers* foi extremamente importante para a projeção de criadores negros no cenário nacional, e Raíssa atribui muito das suas conquistas na área, especialmente quando era iniciante, ao suporte do grupo. Infelizmente, o coletivo encerrou suas atividades em 2022.

Então, o coletivo acabou em 2022. No final de 2022, infelizmente acabou. O que é uma pena, porque assim, a *Wakanda Streamers* foi um coletivo que ajudou muitos criadores de conteúdo pretos a ganharem espaço, porque se for depender das outras, se fosse depender de outras plataformas, se fosse depender dos outros, das outras... Até do próprio público também. A *Twitch* ela é péssima assim, para escolher, para mostrar novos *streamers*. Se não fosse pela *Wakanda Streamers*, se não fosse pela visibilidade que ela deu aos criadores de conteúdo pretos a situação seria muito pior, muito, muito pior (Raíssa).

Assim como as outras participantes desta pesquisa, Raíssa também acha que a *Twitch* faz pouco para apoiar as *streamers*, especialmente as iniciantes. Assim, a organização de coletivos ou grupos mais informais acabam sendo uma forma de driblar essa falta de suporte, que é ainda mais crítica para pessoas de minorias

sociais. Raíssa ocupa então uma posição incomum, a de ser uma mulher negra com boa visibilidade dentro da comunidade da comunidade *gamer*. E ela ainda está em um nicho mais específico da cultura de jogos digitais, a comunidade de fãs de uma grande empresa internacional com bastante relevância no cenário. Raíssa é constantemente convidada pelos representantes desta marca a participar de entrevistas, eventos e ações específicas, e mantém relações comerciais fixas com outras duas grandes empresas nas áreas de distribuição de jogos e varejo online. Ela também faz parte do elenco fixo de outro canal. A *streamer* considera sua posição no mercado um elemento central na articulação da sua comunicação política.

E... em relação assim, em relação às minhas estratégias para comunicar meu feminismo. Assim, a minha própria existência, ela já é uma existência política, sabe, por exemplo, eu ser uma mulher negra que fala sobre games, uma mulher negra que fala sobre um console e uma plataforma que sim, é elitizada... É uma coisa, é um ato político que eu faço dentro dos games. Então, assim, naturalmente, dentro das lives que eu faço eu dou minhas opiniões, eu falo com as pessoas sobre as coisas que eu penso nas redes sociais também, eu exponho sobre meus pensamentos sim, exponho, falo. Eu trago o feminismo e trago essas pautas abertamente. Sim, talvez eu não traga assim de uma forma tão... Talvez eu não faça uma militância tão ativa. Talvez mais a minha militância assim, mais a forma como eu, como eu acho, já faz tipo, as pessoas já sabem que ela fala sobre isso, ela fala sobre aquilo, não sei o quê, sabe.

As pessoas quando entram no meu canal elas já sabem meus posicionamentos, então assim, não tenho muito o que esconder. E é uma coisa que eu não vejo tanto dentro das comunidades de games e principalmente dentro da comunidade da empresa que é meu foco. Poucos são os que se posicionam politicamente, são os que se posicionam nesses meios e principalmente as mulheres... Eu vejo que as mulheres não se posicionam tanto assim, é a visão que eu tenho, acho que as mulheres se posicionam pouco. Entendo o motivo porque tem a questão de hate, o pessoal ataca mesmo, e tudo, assim. Às vezes pode ser um hate chato, podem ser coisas chatas que acontecem, situações desconfortáveis que acontecem, mas se a gente... assim, é a minha visão, pelo menos da forma como eu trabalho, se eu não me posiciono, eu estou sendo conivente com as coisas que têm acontecido, sabe? (Raíssa)

Raíssa falou de sua experiência de uma forma positiva, destacando que, mesmo ciente da hostilidade da cultura *gamer*, se sentiu sempre muito acolhida no nicho em que atua. Porém também relatou ter sofrido episódios de racismo enquanto trabalha como streamer.

Aí dentro da comunidade do nicho, fui acolhida por diversas pessoas, aí participo, participo como co-host de um dos canais da marca e tudo. Então eu comecei a criar a minha identidade ali a medida que eu ia fazendo as lives no canal. Minha experiência como mulher... Assim eu vou falar mais uma experiência individual. Comigo, assim, eu acho que também por a comunidade dessa empresa ser um pouco menos pior, um pouquinho menos pior em relação às outras comunidades, então o que acontece, ser mulher... Eles aceitam mais outras minorias, aceitam mulheres, aceitam a comunidade LGBTQIA+, aceita também é... Como é que se fala? Aceitam outras minorias? Não sei assim, como acompanho muito de longe a comunidade das outras marcas, eu vejo que essas comunidades são um pouco mais hostis para essas minorias em relação a que eu atuo. Então assim, a minha experiência individual assim, as pessoas me respeitam bastante, acompanham o meu conteúdo e tudo.

E eu sou referência nesse nicho, sou referência até dentro da própria empresa no Brasil. Tudo. Tenho uma parceria com eles, eles me mandam a chave para fazer review. Eles me convidam para poder fazer entrevista com os porta-vozes e tudo. A comunidade, mais porque as pessoas... mais porque o pessoal que me trouxe para ela também, pessoal que me acolheu dentro dessa comunidade, mas assim em relação a, por exemplo, assim, eventualmente eu tive alguns problemas, por exemplo, justamente por ser mulher e negra dentro da comunidade e isso tipo, dá para contar nos dedos de uma das mãos quantas mulheres negras criam conteúdo sobre essa marca e ainda sobram dedos. Até o momento, assim, posso considerar... (mostrando o número três com a mão) eu fui a pioneira, depois, agora tem mais duas aí que estão começando a criar mais conteúdo desse nicho e tudo mais. Elas não são focadas na marca, é um conteúdo mais diverso, incluindo a marca.

Então assim, foi legal porque as pessoas me acolheram com isso. Eu faço cosplay e é um cosplay assim, que ele é um cosplay racializado, sabe? Eu uso meu... minha cor de cabelo natural, meu tom de pele natural e tudo isso assim. E as pessoas gostaram bastante! Elogiavam: Caramba o seu cosplay é lindo, seu cosplay é perfeito e tal. Mas atualmente... Recentemente eu tive um episódio... eu tive episódios sim de racismo. A pessoa criava fakes nas redes sociais para poder ficar me incomodando ali e tudo, eu tive até que dar parte na polícia sobre isso, mas por enquanto a pessoa não... não voltou a me importunar. Mas se ela continuar a importunar, eu vou entrar com a justiça em relação a isso, porque comigo é justiça. Não é textão de *Twitter*, não é coisa de redes sociais não. Esse tipo de coisa tem que ser combatido no tribunal. Mas assim foi um caso muito isolado, sabe, assim, foi um caso que aconteceu agora, recentemente (Raíssa).

A *streamer* também considera as ferramentas de segurança da *Twitch* insuficientes para lidar com casos de agressão. Ela falou sobre se sentir desconfortável com a forma que as denúncias relacionadas a episódios circulam nas redes sociais, considerando que muitas vezes elas são exploradas somente pelo

engajamento que geram e não retornam nenhuma proteção ou reparação para as vítimas.

As ferramentas de denúncia assim, elas não são muito efetivas não, porque às vezes eu já enviei denúncias, aí eu não recebi nenhuma resposta. Já recebi uma resposta positiva... Não, não, lembrando... ah lembrando agora, não foi não. É... uma vez eu sofri um ataque de bot né, que é aquele bot que segue... que fica seguindo as pessoas para poder... para o canal da pessoa ser considerado como engajamento fake e a *Twitch* bloquear o canal da pessoa. Então assim, já sofri esse ataque, outros *streamers* já sofreram ataques e eu tive que usar uma ferramenta que foi criada para poder limpar os seguidores fake. E em relação a *Twitch* eu abri ticket, mas para eu falar olha denunciei, e nunca recebi resposta, até hoje não recebi resposta dessa... desse ataque que tive.

(...)

As vezes eu acho que em um caso desses as pessoas querem saber muito mais pela fofoca do que pela ação efetiva. E então, assim... É por isso que eu falei que eu não curto essa coisa de ficar fazendo textão nas redes sociais, porque não é efetivo isso. Não, isso não traz nenhuma eficácia. O que traz eficácia é usar a lei, a legislação e a justiça. Tem o que está ali na legislação, na Justiça para me respaldar. Eu prefiro ir por esse meio do que pelo meio das redes sociais, porque tem gente que fala ai, nossa, que pena que aconteceu isso com você, mas a pessoa não vai ajudar, até porque também as outras pessoas não têm muito o poder, assim, vai ter o poder de denunciar o perfil da pessoa. Mas aí o que acontece? Em vez da pessoa ser... em vez de, tipo vai denunciar, vai cair o perfil da pessoa, a pessoa criar outro para denunciar, então não faz muito... Como é que se fala? Não é muito efetivo, sabe? O ideal seria criação de contas por IP, porque criando conta por IP, denunciando, bloqueando, nunca mais a pessoa cria outra conta. Isso sim é eficaz. Mas as redes sociais não querem, as redes sociais querem ser um campo fértil para criação de fakes, para criação de bots e tudo. É exatamente na ausência do... na ausência do trabalho das redes sociais, a gente tem que entrar por vias judiciais (Raíssa).

Raíssa segue sendo bastante aberta e assertiva em seus posicionamentos políticos e considera que isso é importante para cultivar uma comunidade acolhedora e segura, o que sempre considerou um objetivo de seu trabalho como streamer. Ela entende que ser uma mulher com visibilidade na comunidade *gamer* traz certa ambivalência entre a rejeição e uma aceitação que é objetificante, pois coloca a mulher na posição de objeto de desejo, em que as vontades do público – especialmente o público masculino – são projetadas.

Sim, já vivi bastante, não só com homens, mas também com outras pessoas. Às vezes a pessoa... é uma coisa que eu sempre falo. Eu sempre quis criar um espaço saudável, uma um refúgio da comunidade *gamer* como ela é na internet. Então eu sempre procuro

criar uma comunidade que seja segura para LGBTQIA+ uma comunidade que seja segura também para crianças, para adultos e tudo.

E assim, eu fui moldando, eu fui moldando a minha comunidade aos poucos. Quando eu via que alguém chegava com essa demanda mais pesada, com essa demanda mais densa, eu já meio que afastava a pessoa. Até a própria pessoa, ela via que ela não tinha muito espaço no canal, então ela se afastava. Mas assim, já aconteceu casos desses, mas o que eu fiz foi realmente a pessoa foi vendo que não ornava com o canal, então não acabava permanecendo por muito tempo e acabava assim. Criei muitas amizades, fiz muitos amigos com o canal, mas principalmente mulher tem que se resguardar muito em relação a essas coisas, porque infelizmente sim, os homens olham, isso é uma visão que eu tenho de muitas mulheres, tenho muitas amigas que criam conteúdo, que falam sobre games... Tem muitos homens que veem as mulheres que criam como games como se fossem, ou as deusas, é tipo nossa ela faz, ela fala sobre jogos, nossa, ou vê e muito como hate sabe: por que você está falando sobre isso? Olha só você não sabe nada. Isso aqui é minha área, como se fosse um ataque pessoal a eles. Então existem muito esses dois...

Existem muito esses dois polos, sabe? E aí o que acontece? Eu já vi casos de amigas que às vezes o cara chega falando nossa, você é linda, nossa você não sei que, não sei que lá e tal. A mina fala olha, meu namorado também acha isso. Ah não, meu marido me acha assim também não sei o que, a pessoa acabava falando sobre o parceiro dela para afastar a pessoa. Isso é assustador E isso é assustador porque assim, o que acontece? Tem gente que está vendo a criadora de conteúdo ali como um objeto, como uma boneca ou como uma idol né, aquela coisa tipo intocável, nossa, não sei o quê e tal. Mas é uma objetificação de certa forma (Raíssa).

A streamer também adota uma abordagem individual resiliente para lidar com a vulnerabilidade que vivencia. Ela abriu boletim de ocorrência relatando os ataques mais frequentes, paga o acesso *premium* ao *LinkedIn* para monitorar quem está buscando informações sobre sua carreira e a empresa onde trabalha, e foca nas boas parcerias e na comunidade que construiu. Essas ações têm um custo emocional, financeiro e de tempo, pago exclusivamente pela criadora. Mas assim como Livia, Raíssa entende que manter uma atitude positiva é uma forma de autocuidado, de se proteger dos efeitos negativos dessa hostilidade.

É chato isso. É nítido ver que a pessoa está me atacando por que está vendo que é uma mulher negra, sabe? É nítido que é racismo que está incluído ali, a pessoa está me atacando porque está vendo que é uma mulher negra, que está crescendo nas redes, que está ganhando notoriedade, está ganhando parcerias, mas sinceramente, olha, é engraçado que cada vez que essa pessoa comentava, toda

vez que essa pessoa comentava alguma coisa de ódio, vinha uma coisa boa para mim.

Uma vez eu postei, eu postei uma foto de [um jogo, anonimizado] falando sobre o aniversário dele. Aí a pessoa falou nossa, você fazendo costume de dar parabéns para jogos que você não joga. Aí a pessoa assim, era nítido ver que a pessoa estava querendo me atacar. A pessoa cria um perfil só para me atacar assim, tipo, se for ver as respostas daquele perfil no *Twitter* eram só ataques a mim, falando que eu era falsa, falando que eu era isso, que era aquilo. Justamente por causa dessa postagem, uma empresa que fabrica controles, ela me deu esse controle aqui (mostra um controle, sorrindo) para eu poder fazer review. E outra vez que a pessoa tentou me atacar, a pessoa me atacou e tal, aconteceu uma outra coisa muito boa comigo que eu não lembro, acho que foi a campanha da marca de varejo, ou alguma coisa assim, então na verdade esse hate me dá até sorte, eu preferi, (rindo muito enquanto fala) preferi encarar por esse ponto de vista, porque eu ficar com ódio dele, isso vai fazer mal para mim (Raíssa).

Sustentar suas convicções mesmo em meio a um ambiente adverso é para Raíssa uma questão de responsabilidade como comunicadora. Na conclusão de sua entrevista, ela pediu que seu posicionamento a respeito fosse registrado.

Eu acho que deu para abordar bem sobre esses pontos né, falar sobre meu posicionamento feminista nas redes sociais, falar sobre como é que eu utilizo nesse tipo de, como é que eu utilizo esse tipo de estratégia para eu não deixar de me posicionar, mas eu sempre falar a respeito, porque eu acho que assim eu acho que se influenciador não se posiciona, ele está fazendo errado, ele não está influenciando da forma correta. Não seja influenciador se a sua influência não servir para... não servir para ajudar as pessoas, Sabe ajudar o seu público, ajudar as pessoas que você... que te acompanham ali, tudo. E eu sou super a favor da regulamentação de influenciadores digitais para poder ter esse... para ter responsabilidade sobre o que falam. Era isso que eu tava tentando lembrar. Então assim, eu procuro ser bastante responsável com o meu posicionamento, com o tipo de conteúdo que eu crio na internet (Raíssa).

7.6 “EU TRAGO PRA ESSE MEIO ESSA AUTORIDADE DE EU LER SOBRE CONHECER E PESQUISAR SOBRE”

Para Manuela, *streamar* é uma atividade de comunidade. Ela começou a fazer lives durante a pandemia de COVID-19 como forma de passar o tempo e lidar com o isolamento, e acabou conhecendo um coletivo local de mulheres *gamers* na cidade onde vive, uma capital na região nordeste, logo no início de suas atividades.

Minha carreira como streamer começou meio que por impulso. Eu estava com COVID, e aí eu estava trancada no meu quarto sem fazer nada e na época eu estava muito viciada em jogar Warcraft, então pensei acho que eu vou abrir hum... vou para uma live aqui na *Twitch*. Eu já tinha, já tinha conta pra acompanhar alguns *streamers* que eu gostava, alguns amigos meus apareceram pra interagir comigo e eu achei interessante e acabei fazendo outras e outras vezes. Mais ou menos na mesma época entraram em contato comigo em um projeto daqui do meu estado, de mulheres *gamers*, que precisava de porta-vozes. E aí, como eu estava me formando em jornalismo, eu meio que quis participar pra treinar mesmo. E aí disso eu comecei. Eu conheci várias outras meninas que também faziam live de jogo aqui no estado, então eu fiquei nessa comunidade de meninas que jogam. Mas aí era uma coisa muito despretensiosa, era muito pra passar o tempo mesmo, por hobby. Eu não tinha calendário, eu não tinha frequência (Manuela).

Apesar da abordagem *hobbysta*, a vivência profissional de Manuela naquele momento estava diretamente relacionada com jogos digitais, e especialmente com ser uma mulher neste mercado. Ela estava concluindo seu trabalho de conclusão de curso em jornalismo onde discutia questões de gênero na cultura *gamer*, e viu uma relação direta entre suas atividades como *streamer* e sua prática de pesquisa.

Aí, depois, mais ou menos um ou dois meses antes de eu me formar e de que eu estava fazendo meu TCC, que era justamente sobre violência simbólica na indústria dos jogos, e então eu fiz um podcast e eu entrevistei *streamers* e eu entrevistei jogadoras, fãs. E aí eu pensei ah, eu acho que eu vou meio que tentar vivenciar mais na pele, porque eu não jogava muito jogo online além de World of Warcraft, justamente porque eu já... já tinha sofrido várias situações de assédio e situações de violência mesmo, e eu não tinha mais interesse em jogar. Então eu decidi como é que eu posso participar da comunidade sem ter que me submeter a ficar escutando esse tipo de comentário? Então eu vou meio que, não profissionalizar, mas deixar mais sério esse meu lance de ser streamer. Aí daí eu mudei meu nome, fiz a minha identidade visual, abri um perfil no Instagram só pro canal e fiquei fazendo live de jogos (Manuela).

Mesmo quando tomou esta decisão de deixar mais sério o seu trabalho como *streamer*, Manuela sempre esteve mais focada em uma comunidade local e pequena.

Mas aí sempre jogando os jogos da minha bolha. Então o Skyrim, Fallout, Mass Effect, jogos de RPG, e meu público ainda é, sempre foi e ainda é muito, muito restrito, e eu não tenho tanto alcance. Então geralmente são pessoas que já me conhecem daqui da vida real, ou me conheceram em algum evento, e aí entram pra falar

comigo é... muito dificilmente entrar gente de fora. Agora, quando entrava, às vezes era bem constrangedor. Eu passei por algumas situações de constrangimento mesmo, do tipo, uma pessoa que eu nunca vi na vida começar a falar no chat da *Twitch* como se eu fosse a confidente dele. Aí ele começou a falar da vida dele, das frustrações dele, e eu sempre com muito medo de, me impor, de falar cara, você não pode estar falando isso. está me deixando desconfortável, então eu só ficava aham, aham, ok, cara, que pena e tal. Mas assim, fora casos pontuais, essa questão de sofrer assédio e tal não me ocorria diariamente (Manuela).

Manuela entende que priorizar como público seus contatos mais próximos e a comunidade de jogos com que já está familiarizada é uma forma de evitar esses episódios desconfortáveis. Outro recurso a que recorre, especialmente para falar sobre feminismo durante as *lives*, é usar o conhecimento sobre questões de gênero na cultura *gamer* que adquiriu durante sua pesquisa de TCC como forma de, ao mesmo tempo, mostrar autoridade no assunto e se distanciar de questionamentos e conflitos que o tema pode trazer. Hoje ela está no mestrado e segue estudando jogos digitais.

Quando eu terminei meu TCC eu comecei a trazer esse assunto nas minhas lives, porque, por enfim, por ser mulher, e por já ter sofrido assédio e tal, eu meio que que vi na teoria como a base teórica, eu senti que eu tinha uma autoridade pra tentar educar um pouco essa galera, porque eu sinto que quando a pessoa só fala, ah gente isso é chato, isso é errado, apesar de ser extremamente óbvio, acho que principalmente os homens não levam muito a sério. Então quando eu chego com essa autoridade de ah, eu estou pesquisando tal coisa aí, e olha, vocês sabiam o que isso, isso e isso, então eu trazia esses teóricos, eu estava sempre explicando, e quando eu já fazia live jogando *World of Warcraft*, a galera pedia para comentar sobre o processo, aí eu trazia, fazia toda uma palestra, enfim, sempre nessa posição de tentar educar com autoridade. Eu trago assim mesmo que eu não tenho tanta autoridade no assunto. Eu trago pra esse meio essa autoridade de eu ler sobre conhecer e pesquisar sobre. Então eu acho que quando a gente fala de como e que estratégias eu uso pra comunicar meu feminismo é mais nisso, sabe? Eu busco da teoria e busco do que eu estou estudando no meu mestrado pra tentar educar (Manuela).

A pesquisa também trouxe contato com uma outra comunidade de *streamers*, a de criadores que fazem as chamadas lives de foco ou de Pomodoro. Nelas os *streamers* transmitem sessões de estudo ou trabalho de acordo com o método Pomodoro, que alterna entre sessões de 25 minutos de foco, quando o *streamer* fica

trabalhando em silêncio, e 5 minutos de descanso e conversa com o chat. Assistir a sessões de foco é uma atividade procurada por pessoas que querem ter a sensação de trabalhar junto com o *streamer* e seu chat, uma forma virtual de apoio mútuo em atividades que exigem foco e disciplina.

E aí quando eu tava fazendo meu TCC, eu conheci essa comunidade de Pomodoro. E aí quando eu entrei no mestrado, eu decidi começar a fazer live Pomodoro também, porque eu comecei a trabalhar e aí meu tempo começou, meu tempo de jogo ficou muito reduzido. E aí, como eu preciso passar muito tempo no computador estudando, porque tudo é muito digital, eu acabei unindo o útil ao agradável e migrando para fazer live de Pomodoro. Às vezes eu faço live de jogo, mas eu estou mais fazendo live de Pomodoro. E é uma comunidade muito mais aberta, e eu acho que muito porque a galera que lê, os leitores estão muito dentro dessa comunidade, então tem uma presença feminina muito mais forte, apesar de terem homens que fazem, tem uma presença feminina e LGBT muito mais forte. Então eu me sinto mais confortável. É um alinhamento de opiniões mais favorável pra mim do que a comunidade *gamer*. Eu acho que também é outro motivo pra ter mais mulher mesmo (Manuela).

A comunidade de *lives* de foco tem sido um ambiente mais confortável para Manuela do que a comunidade de *streaming* de games. Além da questão da maior presença feminina e LGBTQIAPN+, ela destacou o fato de os membros da comunidade não encararem o *streaming* como uma profissão viável, e sim como uma atividade de comunidade para a busca de outros objetivos profissionais, como pesquisa acadêmica, concursos públicos, vestibulares etc.

Na comunidade do Pomodoro eu sou supertranquila porque são mais ou menos as mesmas pessoas em todos os canais, então é uma bolha bem fechadinha, então eu meio que conheço as pessoas que aparecem porque eu já conheci em outros canais. Mas quando eu jogava eu ficava um pouco mais desconfortável. Eu acho que quando eu jogava aparecia mais homens na minha live do que agora quando eu estou estudando.

Então tinham mais casos assim e aí eu ficava meio desconfortável e já teve gente tipo ah, eu te mando um donate de 100 reais se você jogar tal jogo. Aí eu falo velho isso não é muito legal, tá ligado? Ou você está tipo querendo subornar a pessoa pra jogar tal jogo, uma coisa assim. Tem gente que aceita. Eu me sinto desconfortável quando com esse tipo de abordagem que a galera faz.

(...)

É mais tranquilo. Eu me sinto muito mais segura e muito mais aberta também. Na comunidade de estudo, porque não tem assim, não tem muita concorrência, todo mundo meio que se ajuda, os *streamers* se

ajudam e aí ficam mandando um manda raid pra outro, então a galera acaba todo mundo se conhecendo. Tem uns eventos assim, específicos desse nicho. Na comunidade dos jogos eu vejo que tem, tem concorrência, tem uma galera com a presença masculina muito mais forte, e aí conseqüentemente ou não, uma toxicidade mais forte da galera que acompanha. É isso assim, eu acho. É isso Muito das pessoas que estão fazendo Pomodoro são estudantes de concurso público. Então, que foi quem nem o meu caso, meio que une o útil ao agradável. Conhece outras pessoas, faz um dinheiro porque tem a questão dos donates do mesmo jeito que é em qualquer outra live, mas o foco principal é a pessoa está lá estudando, sabe? Não é ah quero viver disso, quero viver e ser streamer. Tipo, eu não vi, das que eu conheço todos ou têm uma profissão secundária, ou são concurseiros. Não tem ninguém que a vida, a vida se resume a fazer live de foco. Não. Então eu acho que que existe essa diferença (Manuela).

Manuela não pretende seguir carreira exclusivamente como *streamer*, e por isso não se preocupa em seguir uma periodicidade rígida ou em tentar desvendar os critérios de recomendação algorítmica. Ela trabalha como jornalista em um veículo local e é nesse emprego, onde também expõe sua imagem, em que se entende mais como pessoa pública. Hoje os perfis profissionais criados quando apresentou sua identidade como *streamer* são usados para divulgar seu trabalho jornalístico.

Eu passei uma época tentando, eu tenho calendário, mas eu nunca consigo cumprir, porque, enfim, a vida me obriga a ter outros compromissos durante a noite e aí, conseqüentemente, minhas visualizações são bem baixas mesmo, sabe? Isso até me desestimula um pouco, mas enfim, no momento não tem muito que eu possa fazer. Mas na época quando eu não estava trabalhando eu tinha uma periodicidade, eu fazia lives todo dia e tudo bem, bem marcadinho mesmo. Mas hoje eu voltei a fazer pelo hobby, tanto que o meu perfil que era exclusivo da *Twitch*, virou meio que meu perfil profissional. Eu fechei o meu pessoal, e agora quando alguém quiser falar comigo a questão de jornalismo ou a própria rádio que eu trabalho quiser me marcar em alguma coisa, eles estão me marcando nesse que era o só das lives.

(...) Eu nunca tentei. Eu nunca fui atrás de procurar o algoritmo. Eu só, eu meio que segui a mesma lógica do Instagram porque no Instagram assim, se você posta com mais frequência, você aparece mais. Então na minha cabeça era a mesma coisa. Eu só sabia que se eu tivesse tipo um horário certo para começar, era mais certo que as pessoas que me conheciam iam entrar porque já sabiam que eu ia estar online, mas eu nunca fui atrás.

Por exemplo, agora tem gente que está botando o que está jogando, não sei se é GTA porque isso, ou é NBA alguma coisa assim, porque isso está aumentando a quantidade de visualizações. Tipo, eu nunca tentei fazer esse tipo de estratégia para burlar o algoritmo nem nada, não é, nunca foi a minha prioridade não. Eu, eu tô, eu faço live há um

ano e meio... Eu só consegui bater a meta de 50 dólares duas vezes, então é uma periodicidade bem baixa. Mas é como eu te falei, tipo, não é a minha prioridade, não é uma profissão que eu quero, é mais um hobby. E também para conhecer mais a comunidade que eu estudo. E tem esse diferencial também (Manuela).

Sobre o cotidiano da atividade, Manuela já conhecia bem a vulnerabilidade enfrentada por *streamers* de games graças à sua pesquisa sobre o tema. Mesmo com uma comunidade pequena e nichada, ela relatou casos de assédio e o seu desconforto com eles. Ela prefere evitar confrontos porque se sente exposta e pouco apoiada pela plataforma.

Eu não sou uma pessoa que não gosta muito de conflito, poucas vezes eu... apesar de ter escutado muita coisa e já ter visto sim algumas coisas chatas que aconteceram na live, eu tento não entrar em conflito. Muito difícil eu entrar em conflito. Então quando eu às vezes só tipo eu bano a pessoa, não tento discutir. Quando é pra falar de feminismo, eu trago mais dessa coisa da teoria.

(...)

Eu nunca passei por uma situação de tipo alguém vem e discorda. Eu acho que quando eu trago a quem está falando, não sou eu, é o autor tal, meio que dá uma autoridade e meio que a pessoa fica não, então, ela pelo menos sabe do que está falando, apesar de eu não concordar, eu vou... sabe? Eu acho que esse é meu jeito de debater o assunto sem acabar atraindo muita, muito retorno pra mim. Sempre foi essa minha abordagem, porque eu sou muito medrosa. A questão é essa. Como o que a gente fala na *Twitch* fica salvo e enfim, eu não tenho controle de quem está vendo ou não, eu prefiro até por questão de imagem também, até porque agora eu tô trabalhando numa rádio, então eu estou entre muitas aspas, uma figura pública. Então eu tomo muito cuidado com os assuntos que eu abordo também (Manuela).

As experiências de Manuela com a segurança na plataforma não foram positivas. Ao relatar casos de assédio não obteve resposta, e por isso sente que sua segurança depende inteiramente de adotar uma postura defensiva e do trabalho de moderação, que é feito de forma comunitária por outros *streamers* de foco.

Já tive um caso de reportar. Eu tomei uma raid e de um streamer que eu nunca vi na vida que estava streamando, acho que era CS, e era um streamer bem grande assim. E aí uma galera começou a falar tipo coisas extremamente obscenas pra mim, e aí eu saí banindo todo mundo e denunciei o streamer porque não tinha motivo pra ele ter mandado essa raid. Eu nunca vi ele, eu não sou o público dele, eu estava fazendo live de leitura, então eu acabei denunciando ele também por causa disso.

(Perguntei a ela se denunciar foi efetivo)

Eu não sei dizer visse, eu denunciei. Aí alguns amigos estavam na Live, denunciaram também, mas eu não lembro de ter recebido nenhum, nenhum retorno não.

(...)

Eu não sei se é interessante pra entrevista, mas eu mês passado ganhei um, ganhei um ataque de bot. Também sem motivo. O cara, eu estava no meio do sprint, ou seja, não, não falo, e a pessoa não conhecia live de Pomodoro, falou "Boa tarde, não sei o que", eu respondi no chat, mas ele falou não vai me responder não? Então toma aí pra tu, vai do nada uma cacetada de bots me seguindo, aí foi uma luta pra limpar aí isso me deixou bem chateada também.

(Sobre os moderadores)

Eles sempre aparecem, eles tipo, eles não estão durante 100% da live, até porque minhas lives são de noite, então tem uma que ir dormir mais cedo. Mas tem outro que está sempre lá pelo menos aberto, mas assim eu não cobro deles, ah eu preciso que você esteja prestando atenção nem nada. Só quando eu aviso eles ficam, mas geralmente eu deixo... até porque eu não pago eles nem nada, é mais tipo de amizade. Eu sou moderadora de uma galera e a galera modera para mim e essa é mais pra dizer que tem, sabe? Porque tá todo mundo, todos são amigos meus e tal. Então aí, como eu, tem muita coisa que eu não sei mexer. Eu sou meio leiga de questão de código da *Twitch*, de criar, enfim, setup, essas coisas. Eles me ajudam nessa parte também, mas não é nada assim profissionalizado nem nada. Não (Manuela).

Manuela segue com as lives de forma despretensiosa. Hoje ela faz muito mais *streaming* de foco do que de games. Para o futuro, até cogita experimentar coisas novas, como trazer seu lado *cosplayer* para as lives, mas sabe que isso dependeria de muita moderação.

(Pergunto se ela faz lives como cosplayer) Não, não (rindo). Até pensei em fazer, mas me dá um nervoso. Às vezes eu penso em fazer, considero. É uma coisa que eu estou amadurecendo ainda acho que eu vou conversar com os meus mods, porque se eu for fazer, vou precisar que a minha moderação esteja lá, porque se eu for fazer live de cosplay, vai ser jogando. E aí eu acho que existe uma sexualização muito forte da mulher cosplayer. Aí como o chat vai estar lá, liberar isso é algo que eu preciso tomar cuidado antes de fazer (Manuela).

7.7 “E EU ACHO QUE PRINCIPALMENTE TRANS, É QUE VOCÊ PRECISA ESTAR NAQUELE LUGAR DA PALHAÇADA”

Quando entrevistei Ana ela era uma *streamer* iniciante, com apenas alguns meses fazendo *lives*. Ela me contou que seu início nesta atividade veio após uma

demissão que a fez pensar sobre mudar sua carreira, já que a vontade de trabalhar com games já existia desde sua infância. A grande barreira para a entrada na área foi a financeira, e ter dinheiro o suficiente para investir nos equipamentos foi um fator decisivo para que Ana começasse a *streamar*.

Eu... Eu durante muito... Eu sempre gostei de jogos. Eu sempre gostei muito de jogos, mas eu sempre tive muita dificuldade de acessar jogos porque eu sou uma pessoa que veio muito de baixo. Eu morava no interior do Nordeste e os meus pais não tinham tantas, tanta condição financeira assim pra me proporcionar videogames e coisas assim. Cheguei a ter videogames e tive... tive um... dois Polystations que eram aí, as cópias piratas do PlayStation. Cheguei a ter dois que eu jogava bastante, jogava bastante Mario, eu lembro. Cheguei a ter contato na infância também com Nintendo, o Nintendo, o lado do Donkey Kong e tal. Adorava. Era um dos meus dos meus favoritos. Eu acho que era um tio meu que tinha e vez ou outra ele emprestava para a gente jogar e aí meu pai levava lá pra nossa casa e a gente jogava tudo bonitinho e eu amava. Eu vim ter o PlayStation 1... Eu estou contando essa história, eu estou recapitulando para mim chegar até hoje, tá, aqui no dia de hoje, eu vim ter o PlayStation 1 quando eu acho que estava no segundo ou no terceiro PlayStation já. Ou seja, eu estava muito atrasada, muito atrasada. Eu lembro que um dos primeiros jogos que eu joguei foi o Resident Evil 3, o Nemesis. Por isso que eu tenho uma memória afetiva muito, muito forte. Mas nunca tive a coragem antes de entrar nos jogos e no *streaming* por conta dessa falta de acessibilidade. Então eu acompanhava muito, eu consumia muito, várias e vários *streamers* LGBTs, mas eu não tinha condições por exemplo de montar um PC e eu não tinha condições de coisas mesmo até que básicas sabe? Para você conseguir *streamar*, o mínimo do mínimo eu não tinha acesso, então eu tinha essa dificuldade, e ali eu acabei durante muito tempo deixando esse meu lado e essa vontade de entrar nos jogos, de *streamar*, de trabalhar com jogos e de consumir jogos por conta dessa dificuldade financeira mesmo, por conta dessa falta de acesso. E quando eu me mudei para [capital no Sudeste], foi o momento mesmo assim, de fato, que eu consegui pegar grana. Quando eu migrei de área, eu trabalhava com moda, migrei de área e comecei a trabalhar com... como gestora de projetos. E aí foi o momento que eu comecei a pegar em grana e ver, que tipo assim, nossa, olha, eu consigo ter as minhas coisas, eu consigo... com esse dinheiro que eu estou ganhando eu consigo montar um PC, eu consigo fazer isso, eu consigo fazer aquilo, eu consigo fazer coisas que eu sempre tive vontade de fazer, mas, pela falta de dinheiro eu nunca tive como fazer. Saí do meu trabalho, né, saí no lay-off (risos) onde todas as pessoas trans da empresa foram afetadas. Tá, absolutamente, só haviam três pessoas trans na empresa e todas elas saíram, foram limadas e enfim, todas as outras lá... hétero, não sei o quê, cisgêneros, todo mundo continuou assim, tipo outras pessoas também hetero e cisgêneros saíram, mas assim as únicas pessoas trans que tinham nessa empresa foram completamente dizimadas e eu fui uma delas, eu e um cara trans e uma pessoa não binária. Aí eu parei, eu comecei a refletir e pensar poxa, eu quero, eu quero fazer

algo para mim, eu quero fazer algo que eu gosto, eu quero fazer... Eu comecei a entrar nessas reflexões. Acho que quando você perde um emprego, quando você sai, enfim, você começa a olhar mais para dentro e pensar.

Isso claro, se você tem um suporte financeiro ok, não é todo mundo que pode ficar aqui e refletir sobre a vida não, porque para a gente a vida tá passando e tempo e dinheiro. (Rindo) Não que para mim esteja tão fácil assim, porque não tá também. Mas pude parar e pensar durante um mês e pensar poxa, dois meses, deixa eu pensar em algo que eu gostaria muito de fazer e sempre tive vontade de fazer, mas pela falta de dinheiro nunca pude fazer e agora eu posso fazer. E aí foi quando eu decidi entrar no ramo, no mundo dos *streamers*, eu pensei, eu vou começar a *streamar*, vou montar o meu PC game. Montei que foi um puta de um investimento, não me arrependo, valeu muito a pena, de verdade. Não serve só para *streamar*, mas, como para outras coisas que eu posso fazer no meu dia a dia, editar os meus vídeos também. E aí eu pensei vou entrar no mundo dos jogos, vou arriscar, sempre consumi e sempre via outras meninas trans. Vejo muitas meninas trans, consumo muito *streamers* trans, não vejo homens trans nos jogos. Tenho as minhas teorias de porque você não vê esses homens trans e podemos elaborar mais para frente sobre isso também (Ana).

Quando perguntei para Ana sobre porque ela acredita que existem mais mulheres trans *streamers* que homens trans, a resposta também foi sobre acesso, mas dessa vez relacionado a questões de gênero.

Eu acho que é um bom ponto a minha teoria. Bia, é que quando vamos dizer assim, eu vou usar esse termo. Eu não sei se eu sou, eu vou estar sendo tão correta também, apesar de ser uma pessoa trans, uma mulher trans, eu não sei se eu vou estar tão adequada, mas homens trans foram "mulheres" (faz aspas com a mão enquanto fala), vamos dizer assim, pelo menos socialmente, durante algum tempo. Para eles, não, claro que não. Tem pessoas que já nascem trans, que enfim, já se entendem desde pequenas e tal, mas durante algum tempo foram essas "mulheres" para a sociedade. Então o machismo acometia eles, esses homens trans. Naquela época. E aí como que o machismo? É proibindo você de jogar, você não tem acesso a jogos. Esses homens trans, provavelmente eu não vejo, pelo menos na minha bolha, e é porque eu consumo muito. Então eu acho, pelo menos, que eu consumo muitos *streamers* LGBTQIAP+ e eu não vejo, não lembro, nem me recordo agora, tentando forçar a pensar de um homem trans, porque eu acho que num passado eles foram proibidos e privados dessa infância que para os pais e para a sociedade era masculina. Era uma coisa que menina não pode jogar videogame, menina não pode gostar de jogos virtuais, porque se você joga, se você gosta de jogos virtuais você é um homem, você é um menino, você não pode. Então, esses homens trans na infância, eu acho que eles eram privados, então eles não têm talvez esse, esse vínculo, esse e essa memória afetiva com jogos (Ana).

Ana iniciou suas atividades como *streamer* visando a comunidade de criadores LGBTQIAPN+ que ela já acompanhava e admirava. Mas mesmo em um ambiente de minorias, ela observa que existe uma limitação no papel esperado de uma mulher, especialmente uma mulher trans, que decida ocupar esse espaço.

Por exemplo, percebo que neste meio... se você é uma streamer mulher, cisgênera ou trans. E eu acho que principalmente trans, é que você precisa estar naquele lugar da palhaçada. Você precisa estar naquele lugar da chacota, do grito do ai, caralho, não sei o que e papapa, e tagararara e faz e você faz aquilo tudo, um estardalhaço, sabe? Por que quem é que vai vir quando você está fazendo isso? Homens gays. Eles vão amar. Você está fazendo essa coisa da trans palhaça. Que é... que é... que grita, que berra, que ela dá um show, que ela dá um fecho... Isso é uma das coisas, que é o que eu percebo assistindo outras *streamers*, e que talvez as pessoas e outras pessoas que me consomem eu não sei, até esperam de mim, mas eu sendo bem sincera, eu não gosto.

Claro que na minha live eu estou aqui streamando, eu grito, eu me espanto, eu dou uma risada, eu falo, faço uma piada, falo uma coisa, mas é muito no lugar de... muito no lugar mais de espontaneidade do que ser viral, me tornar viral, fazer isso para viralizar, para cair no gosto do público gay, para os gays me abraçarem. Ai eu quero que me abrace, e para mim ser esse ícone da mulher trans engraçada, palhaça, que está fazendo a palhaçada lá... não, não quero. Não julgo quem faz. Não, não, não, não. Acho que que as pessoas têm os seus motivos, essas mulheres têm os seus motivos. Acho também que é uma forma de você alcançar o público. É uma forma de você monetizar o seu trabalho, é uma forma de você sobreviver com isso.

Se tem gays, e homens e mulheres, pessoas que acham incrível como você se comunica dessa forma, gritando e dando fecho e falando putaria, baixaria o que que seja, parabéns, que ótimo que tem essas pessoas tomando esse rumo, eu Ana para mim não funciona né? Porque no fim eu acho que essas pessoas, quando você precisar delas no momento de seriedade, elas não vão te levar a sério. Eu acho que para mim essa é a minha questão. Quando a gente vai para esse lado do... dos *streamers* LGBTQs, eu acho que eles, elas acabam ficando muito presas nesse lugar do cômico e infelizmente, elas não conseguem ultrapassar essa barreira do cômico para transmitir uma mensagem mais forte, para elas falarem uma coisa que importa, para ter um posicionamento político legal e bacana, que algumas delas têm, mas eu acho que elas... o cômico, ele vai estar sempre aqui na sua testa, tá? Ah, ela é só a streamer palhaça, engraçada, eu não vou levar a sério o que ela fala.

Talvez seja um pouco de preconceito, até meu também de achar que essas outras mulheres e outras *streamers* trans e pessoas LGBTQ não consigam ultrapassar. Mas é a minha, a minha referência que eu tenho desde, sei lá, que eu consumo a Samira Close. A Vanessa Wolf, que é uma mulher trans para mim, que em parte também está nesse lugar do cômico e da palhaçada, que para mim tem várias questões ali dentro dela também, que são extremamente problemáticas para mim. Posicionamentos dela mesmo, do que ela fala tá. Outras *streamers* aqui que eu posso usar como referência da

palhaçada aqui... Uma Nicky Mitrava, que é uma pessoa não-binária que...

Estou falando aqui, Bia, não sei se você consome essas pessoas, se você está acompanhando... (respondo ao fundo que sim, acompanho a maioria) Pois é, mas são essas pessoas assim que eu acho que elas estão nesse lugar, sabe? E essa pegada da esculhambação, do chat achar que pode entrar lá na live delas e falar ah sua velha vagabunda, você é isso, ah seu viado feio e sabe, essas coisas assim que eu não quero, não acho que é por aí. Pelo menos não por aí, pelo menos, não, não obrigada, se você... tem outras lives por de outras *streamers* que você pode fazer isso lá e xingar e falar o que você quer fazer, a palhaçada que você quiser, a gente pode brincar aqui e tal, mas eu acho que tem... Tem que haver esse limite, né, assim... Mas ó, tá aí, case de sucesso né a Vanessa Wolf, fez a palhaçada dela, está aí com programa e tal. Deu em alguma coisa, né? Levou para algum lugar (Ana).

Para Ana, o tratamento que mulheres, cis ou trans, recebem da comunidade de *streamers* e criadores de conteúdo para games é quase sempre sexista e até mesmo sexualizado. Ela relatou ter dificuldade em fazer contatos profissionais com *streamers* homens de games, porque sente que existe uma barreira entre ela e eles, que acontece muito pelo fato de ser uma mulher atraente, que se apresenta como tal.

A outra parte que eu tenho percebido Bia, é que quando ahn... Quando você é uma mulher que você sabe o que você quer, você se veste como você quer, você se posiciona como você quer, você anda como você quer e você frequenta os lugares que você quer como você quer, e eu falo assim, se posicionando verbalmente, ou você com uma roupa... porque roupa também é cultura e roupa, também é comunicação. Como você que se comunica também através das suas roupas. E não só se comunica como você só quer se vestir às vezes, naquele dia você nem pensou, tipo poxa, quero usar esse vestido porque eu me sinto uma porra de uma gostosa. Eu vou colocar esse vestido aqui e vou ali numa festa, vou ali num aniversário, vou ali... Eu percebo que... É aí eu vou falar isso dentro aqui da internet e fora, eu percebo que os homens, eles se comportam de uma forma que é tipo assim, nossa, uau, você é gostosa demais e você é comprometida. Não vou ser teu amigo, não vou me aproximar tanto de você.

Ah, mas quem disse que eu quero isso? Eu não quero isso. Eu estou conversando aqui com você porque eu sou legal, porque eu sou gentil, porque eu quero criar um vínculo. Eu quero criar um laço. Você gosta de jogos? Eu também gosto. A gente pode ser amigo, não é? Mas isso assim, nunca aconteceu uma situação explícita, mas isso são os sentimentos que eu vou... e micro comportamentos que eu vou percebendo, eu percebo que eu sinto às vezes na verdade eu percebo também um pouco que quando eu tento me aproximar de alguns homens hetero cis pipipi popopo, dentro desse meio do *streaming*, eu acho que pela forma como eu me coloco visualmente, eu acho que eles quase que têm um medo ou um receio

de se aproximar de mim, mas eu não vou deixar de me vestir como eu quero porque um homem acha que sei lá, que eu sou uma puta. E mesmo que eu fosse, foda-se, eu tô nem aí para o que você acha. A roupa é minha, o corpo é meu, caralho. Mas eu sinto isso, sabe Bia? Eu sinto que eu tento me aproximar das pessoas genuinamente pra só conversar, só interagir... Eu só quero, eu sei lá, eu te acho uma pessoa, um cara legal, pelo menos achava, sei lá. E eu quero interagir aqui no seu chat, quero conversar com você.

Mas é assim, eu acho que eles pensam que em algum momento podem estar dando em cima de mim, ou em algum momento eu posso estar dando em cima dele e essas coisas se confundirem quando eu só estou sendo legal e gente boa porque eu sou assim com todo mundo, com homem, com mulher, com criança, com cachorro, papagaio, sabe? E aí eu vou percebendo isso dentro da internet e quando eu estou num chat de um homem que, vamos dizer, que faz parte da nossa bolha, que é a bolha que eu falo, eu, você, uma bolha, sei lá, uma bolha de esquerda, uma bolha comunista, uma bolha mais dessa galera que é mais de boa, ou pelo menos se diz mais de boa (Ana).

As experiências de Ana com misoginia, online e offline, acontecem dentro de espaços LGBTQIAPN+ e esquerdistas, que são muitas vezes considerados mais seguros no senso comum do que a cultura mainstream de jogos digitais. A percepção da *streamer* é que mesmo homens progressistas e queer ainda enxergam mulheres de forma estigmatizada, e que estereótipos como objeto de desejo, cuidadoras e alívio cômico são constantemente evocados por eles. Com isso, Ana contou ter sentido uma ansiedade semelhante à relatada por outras entrevistadas sobre como se apresentar em suas lives, quais roupas usar e o que evitar. Mas ela decidiu seguir por um caminho diferente das outras participantes, e não deixar de ter uma apresentação sensual para evitar ataques machistas. Para Ana, sua forma de se vestir é um elemento importante de sua expressão pessoal, e limitá-la seria limitar sua autenticidade.

É muito interessante você trazer isso porque durante algum momento, quando eu estava formulando a ideia de, vem cá, deixa... eu vou começar a abrir live, como que eu vou me comportar? Como que eu vou aparecer na live? E aí isso foi uma das perguntas que que ficou assim rondando na minha cabeça de tipo e receio, também, sabe? Será que se eu botar um corset, um decote as pessoas vão entrar na minha live por conta do meu corset e do meu decote, elas vão entrar lá e vão achar que podem falar o que querem e vão começar a sexualizar o meu corpo e me sexualizar, e achar que nossa, essa menina não tem nada a oferecer. Só vou assisti-la porque ela é um peito bonito, aqui está com essa roupa legal, mas aí Bia, eu também... Se eu fizesse uma outra coisa que fosse, deixa eu colocar aqui, aparecer assim desse jeito na live (ela fecha o decote

da blusa que está usando, uma camisa listrada de branco e cor de rosa de um pijama da Barbie) coberta e sem mostrar nada, e o mínimo do que as pessoas considerariam sexual... Eu não estaria sendo eu! Eu Ana não estaria sendo eu, porque eu não sou assim. Eu gosto do meu corpo, eu amo o meu corpo. Eu quero que as pessoas vejam mesmo porque eu me acho bonita, eu me acho gostosa. (Abre o decote novamente)

Eu quero que não... Agora assim, meu amigo, minha amiga, o que quer que seja. Se você entrar na minha live achando que vai ser só um par de peitos e que é isso, problema seu, foda-se, eu vou estar fazendo a minha live eu sei o que eu quero, eu sei o que eu quero transmitir, eu sei o que eu quero falar, eu sei o que eu gosto em mim e o que eu quero mostrar. Eu não vou deixar de colocar um decote, colocar um corset, porque eu amo corset, porque alguém, algum idiota vai achar que eu sou uma vagabunda e que tem o direito de entrar na minha live e falar...

E mesmo que eu fosse também uma vagabunda, não, não, não, não dá o direito e a permissividade para uma pessoa chegar na minha live e achar que pode falar o que quer comigo, entende? Então, essas perguntas rondaram a minha mente, mas eu falei mano, foda-se, eu não vou ficar aqui, botar uma camisa de botão e fingir que eu sou uma outra pessoa com medo de chegar gente idiota, chegar um incel doente, qualquer coisa que seja, e falar uma merda para mim e pronto, está aqui o botão do block. É isso que eu vou fazer.

Mas entendo e imagino que sim, que há muitas mulheres que elas... Elas acabam se prendendo nesse lugar do medo de serem hipersexualizadas, do medo do seu trabalho nunca ter levado a sério de alguma forma, porque você é uma gostosa (risos). Porque você é bonito, porque você explora isso, entende? Eu não consigo ser espontânea se eu estou fingindo uma pessoa que eu não sou, sabe? Eu acho que eu não conseguiria abrir minha câmera toda empacotada e fingir... só no frio né? Que no frio é impossível você ser gostosa (risos). Quase impossível. Mas tendo um sol? Nossa vou aqui abrir minha live e é isso. Foda-se, assim, sabe? É tipo.

Mas entendo esse receio e isso reflete... É como eu falei para você, isso reflete na live, isso reflete como as outras pessoas te enxergam. Isso reflete como elas se comportam perto de você virtualmente e presencialmente também, porque sim. É como eu disse lá no início, percebo que os homens, esses homens hetero cis de jogos que fazem parte dessa bolha quando me aproximo deles, seja presencialmente ou virtualmente. Tem essa coisa do: Opa, uma gostosa falou comigo, será que devo respondê-la, quando na verdade eu só estou sendo gentil e gente boa e legal (Ana).

A apresentação pessoal de Ana é vista por ela como uma questão de autenticidade, e não de estratégia para aumentar audiência e engajamento. Ela contou que não gosta de acompanhar os números das suas lives, pois se sente ansiosa com as métricas, e também não busca acompanhar tendências dos algoritmos como jogar jogos que estão populares no momento. Para a *streamer*, autenticidade e frequência são mais importantes na construção de uma base de fãs.

Durante a entrevista, ela me perguntou se outras participantes se sentem ansiosas com sua aparência ser vista como muito ou pouco sensual durante as *lives* e eu contei sobre uma conversa que tive com uma *streamer* bastante popular (que não chegou a participar da tese) durante a fase exploratória desta pesquisa, em um evento do mercado. A influenciadora me contou que muitas vezes tem vontade de abrir *live* usando moletom e sem maquiagem, mas que não pode fazer isso porque seu público espera vê-la sensual e produzida, já que ela construiu sua imagem assim. Ana se impressionou com essa história, e se referiu a ela em vários momentos posteriores da entrevista.

Eu não vejo números, eu não, eu simplesmente né, na *Twitch* você tem uma opção de ocultar quantos visualizadores você tem, então eu oculto. Eu oculto porque eu não quero ficar refém de números. Eu não quero ficar vendo quantos números eu tenho e me baseando... números assim de visualizadores na live no momento no ao vivo né, ficar vendo quantos números eu tenho e pensando poxa, só tem essa quantidade? Eu acho que eu vou encerrar o jogo. Poxa, não tem ninguém me assistindo. Não, eu quero sentar aqui e eu quero jogar o jogo e eu vou jogar o jogo até onde me der vontade.

É mais sobre isso, sabe? De tipo... hoje eu quero jogar *Dead By Daylight* e depois eu vou jogar um indie, eu vou jogador *Dead by Daylight* até onde me der vontade, se for só 01h00 de jogo, vai ser só aquilo. 01h00 depois eu vou para outro jogo e pronto. Não, não estou olhando para a quantidade de visualizações que tem ali, ou se eu mudar de um jogo para o outro, vai cair minha visualização, porque... Eu acho... Para mim isso é uma armadilha e dá muita ansiedade. E eu aprendi com outros *streamers*, inclusive esse colega que eu falei, que tipo assim, ele também não vê porque ele sempre falava gente, não fico vendo porque me causa ansiedade, se eu ficar olhando a quantidade de números que eu tenho na minha live eu vou ficar ansioso.

E eu sei também que se eu ficar olhando, eu vou acabar me baseando por aquilo. Ah, não tem ninguém na minha live, então não tá bom. Eu vou encerrar hoje mais cedo. Não, eu vou ficar aqui jogando, vou ficar aqui jogando. Não quero saber quantas pessoas tem, mas tem, há essas pessoas que ficam, infelizmente, refém dos números. E eu fico pensando tipo poxa, mano, eu não sei se eu fosse o oposto dela, no caso era abrir live sempre de moletom, eu ia aguentar ficar abrindo o live sempre de corset. Porque eu ia estar fazendo uma coisa ali que, tipo assim, não quero fazer isso, não quero ficar abrindo o live toda de moletom, sabe? E nos espectros opostos né, eu amo como somos diversas.

(...)

Eu acho que eu sou uma pessoa chata para isso, Bia, porque eu sou: Ai, nossa, como você é chata, sou chata sim. Ai, tá todo mundo jogando o jogo do mercadinho, não sei se você viu que foi, foi, o mês retrasado foi a trend do jogo do mercado né, todo mundo só jogava o jogo do mercado.

Não quero jogar porque tá todo mundo jogando o jogo do mercado, quero jogar outras coisas que as pessoas não estão jogando. Então, e eu acho que isso acaba, acaba refletindo também nessa história dos números, porque você não está acompanhando isso, que é o que dá o número, que é o que dá, view. Você está fazendo o que você quer, né?

Mas tem pessoas também que querem estar fazendo o que dá números, porque é o que vai dar dinheiro, é o que vai monetizar, o que vai atrair mais, mas views é o que vai trazer, subs... Não, eu não quero jogar o jogo do mercado porque tá todo mundo jogando. Eu não quero jogar o jogo do Suicide Squad que saiu recentemente que está todo mundo jogando, porque acho legal, quero jogar, mas eu vou jogar quando me der vontade de jogar, sabe? Tipo assim. Ai hoje eu estou com vontade de jogar esse jogo, então eu vou jogar ele, não vou jogar porque eu estou vendo que está todo mundo jogando, eu não... Eu tento não cair nessas armadilhas da plataforma (Ana).

A autenticidade é um fator importante para que Ana traga seus posicionamentos políticos para as lives. Neste sentido, ela também criticou parte da comunidade de *streamers* LGBTQIAPN+ por achar que muitas vezes ela não é tão unida e firme em apoiar criadores do grupo e em boicotar produtos que não se alinham à causa.

E eu acho que também comunicar dentro da internet, me posicionar como uma mulher transfeminista é, por exemplo, eu não jogar um jogo do Harry Potter, um Hogwarts Legacy, para mim, eu acho que isso mostra também que você... Que há valores que são inegociáveis e que eu não abro mão deles por conta que tá hypado, porque é um jogo hypado, que tá todo mundo jogando e dando view e está criando conteúdo... Não, não, quero desculpa. Não, não, não, não. Ah, mas nossa, mas fizeram lá, você pode fazer pessoas não-binárias, mas tá, e aí, como é uma pessoa não-binária então? Como que você enxerga uma pessoa não-binária, como que isso vai mudar? Como que eu faço essa pessoa não-binária no jogo? Qual é... ah dá para criar pessoas trans? E as pessoas trans, elas são de um único jeito também, sabe? Entende?

São pequenas coisas que essas... E eu percebi que muitos *streamers*, inclusive LGBTQs, que eu deixei de acompanhar, alguns que eu fiquei até decepcionada, começaram a... começaram e jogaram, e essas pessoas elas iam encontrando justificativas para jogar o Hogwart's Legacy. Ah não, mas tem pessoas trans. Ah não, mas tem isso. Ah, mas é aquilo. E aí eu lembro que chegou a um ponto que a galera começou a falar, se articularam de uma forma para tentar justificar que estavam jogando o Hogwart's Legacy que eles começaram a falar: Vamos, a gente vai fazer aqui uma live e todo, todo donate que eu receber nessa live, todo pix que eu receber aqui nessa live vai pra, enquanto eu jogo Hogwart's Legacy, vai para instituição Casa 1⁶⁹ não sei o quê não sei o quê. Poxa, por que então

⁶⁹ Casa 1 e Casa Nem são centros de assistência para pessoas trans.

que você não faz isso com outro jogo? Não precisa você jogar o Hogwart's Legacy. Inclusive *streamers* grandes e outros jogos até mais famosos, The Last of Us que eu já vi você jogar... Por que você não fez isso quando você estava jogando The Last of Us para arrecadar o dinheiro? Manda lá para Casa 1, para Casa Nem, para casa de acolhida que fosse? Por que você tá tentando justificar essa sua vontade, essa sua idolatria por uma coisa tão que já foi, sabe? (Ana).

Ana refletiu um pouco sobre essa percepção de falta de união quando perguntei a ela se ela participava de coletivos feministas ou LGBTQIAPN+ para criadores de conteúdo. Ela apoia muitas *streamers* assistindo e participando de suas comunidades, e se sente frustrada por não perceber esse apoio mútuo tão forte entre colegas.

Eu acho que é isso que eu falei um pouco, até o relacionamento com colegas, ô Bia, também assim próximos. Mas, em contrapartida, dentro desse meio, eu falei já lá dos homens gays e tal, eu encontrei colegas que eu já apoiava, que são pessoas LGBTs, e que eu falo apoiava era que tipo, eu já consumia muito antes de pensar em abrir live e já estava, eu já donatava, já dava um sub, sempre fazendo essas coisas. E aí tem dois em específico, uma delas é uma mulher trans e o outro é um homem gay. Assim que eu abri live foram essas duas pessoas LGBTs que eu lembro que foram as únicas que falaram pro público deles tipo ah, olha, a Ana começou a fazer live gente, vai lá e segue ela, ó tá aqui o link da live da Ana e tal e que ofereceram outros tipos de suporte também então.

Mas assim, são bolhas muito fechadas. Eu acho que as pessoas, e eu percebo, principalmente no meio LGBT, que quando você é uma streamer novata ou novato, ou enfim, e eu acho que as pessoas, elas ficam pensando assim, e isso sou eu com as minhas caraminholas também tá, mas assim, eu acho que eu não tô tão errada, eu acho que elas ficam pensando assim, é uma novata, é uma concorrente, eu não vou dividir o meu público com ela, então eu não vou divulgar o trabalho dela. Vou... nem vou dizer que ela faz live. Não vou convidar que essa pessoa para fazer um jogo, mesmo sabendo que ela joga o mesmo jogo que eu, competitivo, que eu, e que ela faz live no mesmo horário, mas eu nem vou chamar ela. Eu percebo que a maioria faz isso, enquanto uma minoria que são esses dois amigos foram lá e ah, a Ana está fazendo live, e a maioria finge que tipo assim ah, nem manda oi amiga, que bom, fiquei sabendo que você está fazendo live. Parabéns! Que legal! Brilha! Não, não, não, não, não senti essa receptividade também. Eu acho que eu não esperava muito. Eu acho que tem muitas questões. Acho que o público LGBT também já é muito nichado, já vive dentro de uma bolha.

E o que você tem... O que você tem ali de público, talvez essas pessoas tenham medo de dividir, achando, aí se eu divulgar essa pessoa, se ela for lá para live dela, talvez elas achem essa menina mais legal do que eu, então elas vão deixar de me acompanhar e não vão mais me acompanhar, sabe? Então acho que tem muito isso

sim. Fica muito... fora as intriguinhas né, o que que tem..., mas desses aí eu passo longe, tento passar longe, passo longe sempre.

(...)

Eu tento, mas tem uma dificuldade muito grande Bia de... Primeiro: Na verdade não tenho dificuldade com isso de acompanhar. Acompanha o máximo de mulheres, inclusive a maioria das *streamers* e das criadoras de conteúdo na internet e na *Twitch*, principalmente, que é a minha plataforma são criadoras de conteúdo mulheres e em sua maioria elas são mulheres trans, né? E eu acho que eu apoiar e incentivar, e não tô nem assistindo, às vezes eu nem... por exemplo LoL, eu não jogo, não gosto de LOL, mas tem uma criadora de conteúdo que ela começou agora ou que ela faz conteúdo de LoL e eu não estou fazendo nada, eu vou lá e eu ligo minha TV e eu deixo rodando lá para dar um view para ela para rodar o comercial e ela ganhar uma grana com o comercial para trazer dessa forma, sabe?

(...)

(Ao ser perguntada sobre coletivos) Não, não tenho. Infelizmente. Se você tiver e quiser me mandar, eu estou aberta. Se você souber de algum, eu não tenho, infelizmente, eu acho que, eu acho que seria muito foda, pelo menos entre pessoas LGBTQIAP+ se houvesse isso porque eu lembro que durante alguns anos, de alguma forma até que teve. Não era essa coisa tão organizada que eu imagino que deva ter ou que possa ser. Mas eu lembro que era um... Era o grupo que talvez você conheça que era “As Madrinhas”⁷⁰ né. Então, tinha esse grande grupo que eram essas pessoas LGBTQIAP+. E aí elas faziam essas, elas tinham as lives, elas faziam lives juntas, elas se fortaleciam juntas. Só que por conta dessas intrigas que tem e da rivalidade, se esvaiu.

Acabou tudo. Não, não, não, não existe mais essas “As Madrinhas”. Algumas se falam, outras não se falam e se separaram em subgrupos. É o que para mim é meio... Eu fico pensando porque eu acho que também parte essa especificamente dessas pessoas, parte muito de um lugar de infantilidade, de amadurecimento. Eu acho que essas pessoas eram... Eu via sempre que eu que que eram... por bobagem, sabe? Era sempre porque um boy roubou o boy da outra, porque fulana de tal disse isso e foi uma história mal resolvida, e um telefone sem fio que culminou no problema que aí elas deixaram de se falar. E aí eu paro e penso que quando elas estavam juntas, elas tinham um público maior e elas monetizavam muito mais o trabalho delas. Então, elas monetizavam mais, elas faziam...

Por exemplo, eu lembro que elas faziam muito, muitas lives beneficentes. Ah live do mês do Orgulho, live e do mês de comemoração, do mês trans. E aí nessas lives, tudo o que era doado elas ganhavam naquele dia... cinco... Assim, eu lembro que teve uma live que foi dez mil, elas mandavam para a Casa 1, elas mandavam para essas casas de acolhimento, para pessoas LGBT.

E aí eu percebi que quando houve essa ruptura entre elas, não aconteceu mais essas lives beneficentes. Não acontecia mais esse engajamento que elas tinham. E eu fico pensando nossa, a gente já é um grupo marginalizado, tão pequeno, uma bolha, uma bolha dentro da bolha. E aí vocês rompem por picuinha e deixam de

⁷⁰ Grupo formado por *streamers* trans, que acabou se dissolvendo por conta de conflitos internos. É possível assistir alguns vídeos das transmissões em: <https://www.youtube.com/@CanaldasMadrinhas>

monetizar o trabalho de vocês, perdem a amizade, deixam de se apoiar, deixam de ajudar outras pessoas por conta dessas bobagens, dessas coisas assim tipo, sabe?

Mas eu acho que também tem até isso de idade. Eu acho que quando você é muito novinha também, você é muito bobinha e qualquer coisinha é um quiquiqui, qualquer coisinha é o motivo de ah, eu não quero mais falar com fulana, odeio ela, roubou meu namorado...

(...)

Mas eu nunca cheguei a participar realmente de um grupo assim de dissolver e tal. Eu acho que eu também evitaria hoje, na idade que eu tenho, participar um pouco. Não, não, não, não entrar assim. Mas eu acho que talvez participar ativamente, porque eu fico ai, eu tenho um ranço desses conflitos, sabe? Eu não gosto. Eu acho que qualquer coisa que vai tirar minha paz eu já tô evitando.

Eu já fico tipo assim meu Deus, vai tirar minha paz. Não, não quero, Só quero fazer meu trabalho de boa, tranquila e seguir minha vida (Ana).

Sobre ataques e eventuais conflitos, Ana também prefere manter uma postura didática e evitar brigas mais diretas, mas diz entender colegas com abordagens menos pacíficas.

Não muto, mas geralmente eu respondo e falo tipo... não é que eu não entro em conflito, mas eu tento trazer num lugar menos de uma má resposta, de um ataque, e eu falo tipo assim opa, esse comentário que você fez não foi legal, eu acho que esse comentário não é o tipo de comentário que eu quero aqui na minha live não faça mais esse comentário, é mais assim que eu me posiciono, sabe? De tipo: ei fulano de tal não diz isso, olha que coisa feia você está o que você está falando, não é por aí. É quase como eu num lugar de tipo assim ei vem cá, ei amigo, olha, veja só isso que você disse é machista. Tente refletir sobre isso. Mas conheço algumas meninas que eu acho que elas são mais incisivas assim, de tipo, olha aqui, cala sua boca seu merda, seu bosta, eu vou te bloquear e te dar ban. Tudo bem. E é isso também sabe? Mas cada uma encontra uma forma de se comunicar com seu público e de abordar. E sabe também como abordar né? (Ana).

Ana encerrou seu relato falando novamente sobre como lamenta que a pressão estética e o medo de julgamentos afetam o trabalho de outras mulheres *streamers*, assim como a pressão pelo desempenho nas plataformas. Ela segue fazendo lives focando na sua expressão pessoal e procurando ignorar as restrições que o patriarcado e os algoritmos das plataformas de mídias sociais impõem sobre as mulheres.

Eu acho que eu não sei. Tipo, se o que vai ser o mais interessante ou não, se pode ajudar de alguma forma ou não, mas para mim eu ia, e é muito de um lugar mesmo pessoal, assim, sabe, eu acho que fazer *streaming*, trabalhar com internet e que na verdade eu acho que é mais um desejo do que só do que só acrescentar algo. Acho que é um desejo meu mesmo era que essas mulheres pudessem tipo, olhar e falar porra, mano, olha só como eu sou foda! Olha só como eu sou bonita, olha só como sou legal! E tipo, eu sou foda desse meu jeito. Sei lá, a menina que você falou que tem que usar roupa sexy porque ela perde público, mas ela adoraria usar moletom. Eu intimamente, Ana, amaria que ela usasse só moletom e deixasse de pensar nisso, dos números e do quanto ela precisa aparecer assim para o público dela, ela maquiada e toda montada, porque se não ela perde views, sabe? Tipo, não, eu amaria que você tipo, olhe só no espelho meu, como você é foda do jeito que você é, com seu moletom, com a roupa que foi e vai, faz lá o seu *streaming*, seja feliz, não fica prendendo a opinião e o que esses homens cis e hetero ou gay vão ficar pensando de você, vai fazer *streaming*, sabe? Tipo, seja, seja autêntica nesse sentido e não tenha esse medo. Mas assim é muito fácil falar também é porque eu estou falando aqui pra você, é um desejo meu, mas é muito fácil falar. São muitas questões enraizadas dentro desse pensamento de tipo não, mas eu preciso fazer isso, senão vou perder o meu público (Ana).

8. NARRATIVAS E ENQUADRAMENTOS NOS RELATOS DAS *STREAMERS* FEMINISTAS

Embora os perfis e vivências das participantes desta pesquisa sejam bastante diversos, os relatos foram muito convergentes nos eixos temáticos que considero os principais do meu levantamento: estratégias para comunicação do feminismo; experiência com plataformas digitais; relacionamento com o público; e parcerias e contratos com empresas. Apresento então a discussão desses dados contextualizando primeiramente as particularidades de cada depoimento por meio das questões identitárias emergentes nas narrativas, para a seguir abordar suas convergências.

8.1 *STREAMERS* NA ROLETA INTERSECCIONAL

Como profissionais que trabalham apresentando a própria imagem ao público, em vários momentos das entrevistas as participantes refletiram como suas identidades influenciam suas atividades profissionais. Para apresentar as avenidas de opressão que atravessam as narrativas e enquadramentos de cada depoimento, essas menções estão descritas abaixo, de acordo com as categorias da Roleta Interseccional (Carrera, 2021).

8.1.1 Gênero

Por serem todas as entrevistadas mulheres convidadas a falar sobre suas relações com o feminismo e o trabalho, gênero foi uma questão abordada por todas as participantes, uma avenida de opressão pela qual todas são atravessadas. Os assuntos mais recorrentes foram o sentimento de inadequação e auto cerceamento causado pela toxicidade da comunidade *gamer* em relação às mulheres; a pressão estética exercida sobre elas; a escassez de modelos femininos no mercado profissional; a rivalidade entre colegas e, por outro lado, a solidariedade entre as mesmas.

Ana falou sobre sua percepção de que mulheres trans só são vistas como personalidades cômicas pelo público LGBTPQIAPN+, especialmente pelos homens gays. Rafaela mencionou pessoas trans para justificar sua opção pelo uso de

linguagem neutra em seu canal, e Gabriela falou sobre sua adoção do termo “inclusivo” em vez de “feminino” para descrever eventos de esportes que incluem pessoas não-binárias, pois sentia que o termo oficial excluía parte da comunidade trans.

8.1.2 Raça

Duas entrevistadas mencionaram raça em seus depoimentos: Raíssa, que pontuou que sua existência como uma mulher negra *streamer* já é um ato político por si e relatou agressões racistas que sofreu trabalhando na área; e Gabriela, que definiu um tipo de posicionamento feminista que, na sua visão, busca mais a visibilidade de mercado do que a transformação social, como “feminismo branco”, afirmando a seguir que percebia certa ironia ao usar o termo sendo uma mulher branca, mas que achava ele representativo desse tipo de ativismo. Ela usou o termo também para contextualizar episódios de racismo que presenciou entre mulheres feministas no mercado *gamer*.

8.1.3 Peso

A única mulher a mencionar peso foi Sarah, na fala reproduzida abaixo:

Eu sou uma mulher que eu não tô em um padrão de beleza do que a sociedade considera beleza hoje em dia, tanto em peso, em aparência e tudo mais. Então assim, eu sentia que as marcas iam muito mais nas minhas colegas, que já eram um pouco mais padrão, mais magrinhas, mais maquiadas, sempre maquiadas, mas enfim (Sarah).

8.1.4 Sexualidade

Gabriela mencionou se sentir muitas vezes confinada a trabalhos e espaços LGBTQIAPN+ como *streamer* e jornalista, por ser uma mulher assumidamente da sigla, mesmo que sua atuação no mercado de games seja bem mais ampla em termos de público e temas. Ana falou sobre suas percepções a respeito da misoginia e transfobia de homens gays, que isolam mulheres queer mesmo em espaços dito inclusivos, e da sua percepção de desunião na comunidade.

8.1.5 Idade

A idade das entrevistadas varia entre 20 e 45 anos, mais concentrada entre 25 e 35. O etarismo foi mencionado por três participantes: Gabriela, Rafaela e Ana, em contextos diferentes. Gabriela abordou o tema ao recordar seu início de carreira como jornalista de games, quando se sentia menosprezada por suas fontes e por seus colegas de área devido a sua juventude. Rafaela, por sua vez, falou sobre como o etarismo do mercado gera barreiras para uma *streamer* com idade superior aos 40 anos, pois os contratos publicitários e oportunidades de divulgação se tornam mais escassos. Para a influenciadora, isso é uma questão especialmente para produtos mais associados ao consumo *gamer*, como periféricos e consoles.

É bem complicado chegar espontaneamente coisas para mim. Então geralmente eu vou atrás e mando mídia kit e tal, que eu tenho o cuidado de deixar sempre atualizado. Enfim. Então aqui eu venho trabalhando mais consistente é a [marca anônima no segmento de vestuário] que a gente já está acho que na quarta ou na quinta campanha junto, mas não há um contrato permanente.

E também, eu percebo também tá, principalmente em empresas de periféricos, coisas de computador, que a sua cara jovem importa. Então teve inclusive uma empresa a qual eu fiquei sabendo porque eu tinha amigos lá dentro. Foi muito chato, inclusive, que não quis me pegar como parceira porque eu não era abre aspas, jovem o suficiente, fecha aspas. E eu ainda acho que, por exemplo, todo mundo falar você não tem cara de ter 40 anos, mas existe sim. Existe uma exigência aí de cara muito mais nova, principalmente quando se trata de empresa de periférico (Rafaela).

Por fim, Ana, abordou o tema ao falar que se percebe diferente de *streamers* LGBTQIAPN+ mais jovens, por não estar tão preocupada com agradar ao público e por ter maturidade o suficiente para não entrar em disputas que considera infrutíferas entre pessoas da sigla. Ela também mencionou uma história envolvendo outra profissional da área, que escutou de um amigo:

E isso é real porque eu... há mesmo um prazo de validade, eu acho. Infelizmente, até. E esse prazo de validade, ele está muito ligado às vezes, nem sempre, mas eu acho que na maioria das vezes ao seu visual, o seu físico, né? O quanto você é atrativa, o quanto você é bonita, o quanto você é interessante o suficiente para estar aqui, para criar um conteúdo, para fazer uma live? Se você não é, você já vai para, para, para, uma outra coisa, para uma outra caixinha. E aí ele estava falando. E aí eu lembro que ele falou isso porque ele falou de uma jornalista que ele disse ah a fulana de tal, minha amiga,

jornalista mais velha, mas que há esse prazo de validade, que se você não é aquela menina ruiva ali kawaii toda bonitinha fofinha do headset de gatinho, você tipo assim eu, 35 anos, bateu e pronto, acabou. O que você vai fazer depois daqui? Tipo, aí eu falei amigo, mas o quê faz, vai ficar com 40 anos com o headset de gatinho? E com tudo... e ele falou é, e eu: porra (risos). (Ana)

8.1.6 Geolocalização

A maior parte dos profissionais do mercado de jogos está concentrada em capitais na região sudeste, e esta tendência se repetiu entre as participantes dessa pesquisa, que teve quatro entrevistadas vivendo nestas cidades. Das participantes restantes, uma vive em uma capital nordestina, uma no interior da região sudeste, e uma no exterior. Ana falou sobre sua infância no interior de um estado na região nordeste, sem acesso a videogames e eventos da área por condições financeiras e geográficas, e citou a mudança para uma capital sudestina como um fator que viabilizou sua carreira. Manuela falou sobre como um coletivo local (que hoje abrange membros do Brasil todo) foi determinante para seus primeiros passos na área.

8.1.7 Deficiência

Nenhuma participante da pesquisa possui alguma deficiência visível ou mencionou o tema durante as entrevistas.

8.2 AGRUPAMENTOS TEMÁTICOS E ENQUADRAMENTOS

Após o processo de transcrição, cada narração foi codificada de acordo com a análise estendida de narrativas (Web, Mallon, 2007), resultando em uma lista de categorias narrativas para cada *streamer*. Então, estas listas foram justapostas para que fosse possível identificar suas convergências e assim delimitar agrupamentos temáticos emergentes, resultando no comparativo apresentado na tabela 11.

Para definir os enquadramentos analisados, considerei como as narrativas apresentavam formas e discursos comuns ao abordar temas semelhantes. Priorizei a identificação de convergências em valores, experiências e vieses em cada

depoimento, e as aproximações e distanciamentos apresentados nas entrevistas ao comparar as categorias narrativas emergentes em cada um dos temas discutidos.

Os agrupamentos temáticos identificados foram:

Inserção: Aborda o início da carreira e a inserção no mercado de jogos digitais e *streaming*;

Mercado de trabalho e carreira: Narrativas sobre empregabilidade, condições de trabalho e prospecções de futuro na área;

Autoimagem e pressão estética: Depoimentos sobre a relação com a própria imagem e a forma de se apresentar visualmente como mulher streamer;

Trabalho emocional e bem-estar: Relatos sobre demandas emocionais e questões de saúde mental no trabalho de *streaming*;

Segurança: Sobre episódios de agressão e as ferramentas de proteção disponíveis;

Comunicação do feminismo: Como falam de feminismo para seu público;

Plataformas: Relação com a plataforma de *streaming* e redes sociais no geral;

Comunidade *gamer*: Sobre a relação com o público *gamer*;

Comunidade de fãs: Relacionamento com seus seguidores e público;

Colegas mulheres: Sobre a comunidade de outras *streamers* e profissionais mulheres no mercado *gamer*;

Empresas e marcas: Relação com marcas, contratos publicitários, patrocínios e parcerias comerciais.

| Categorias / Streamers | Gabriela | Sarah | Manuela | Raíssa | Lívia | Rafaela | Ana |
|---------------------------------------|--|---|--|--|--|--|--|
| Inserção | De fã a profissional Trabalho de fãs | De fã a profissional Trabalho de fãs | Hobby com potencial para a carreira Abordagem profissional como forma de pertencimento Ápice na pandemia | Sonho de ser desenvolvidora Participar da comunidade Início na pandemia Incentivo de amigos | | Streamer por gosto Aulas online | Acesso pela pirataria Inspirações LGBT Condições financeiras para streamer Renovação profissional Streamers trans como inspiração |
| Mercado de trabalho e carreira | Ampla experiência profissional Atuação no jornalismo Apoio dos colegas Etarismo e machismo do mercado Condescendência do mercado Incentivo da chefia Etarismo do mercado Exploração de minorias Racismo do mercado Diversity washing Exploração do amor ao trabalho Precariedade do mercado <i>gamer</i> Incapacidade dos gestores Precariedade e machismo do mercado editorial Políticas superficiais de inclusão Benefícios de mulheres na gestão Precarização dos comunicadores | | Carreira acima de <i>streaming</i> Poucas <i>streamers</i> como inspiração direta | Criadora de nicho Escassez de mulheres negras Experiência profissional em mercado masculino Conflitos por desequilíbrio de gêneros Respeito pela imposição Responsabilidade dos influenciadores | | Etarismo do mercado <i>gamer</i> | Maturidade com a idade Etarismo na indústria |
| Autoimagem e pressão estética | Sentimento de inadequação Objetificação no trabalho Assédio sexual | Pressão estética e parcerias comerciais | Cosplay e sexualização | Comparação estética com outras <i>streamers</i> Cerceamento de <i>streamers</i> Referências diversas trazem confiança | Pressão estética Comparação com outras <i>streamers</i> Ataques à autoestima | Comparação de habilidade com outros <i>streamers</i> Padrões de beleza Pressão estética Comentários sobre aparência Distanciamento da imagem pelo conteúdo | Estereótipos trans e memetização Objetificação por homens hetero cis Dificuldade de networking com homens hetero cis Sensualidade como expressão Amor ao corpo |

| | | | | | | | |
|---------------------------------------|--|---|---|---|--|--|---|
| | | | | | | | Autenticidade e autoestima |
| Trabalho emocional e bem-estar | Esgotamento mental Sobrecarga no trabalho de ativismo Esperança no apoio mútuo Autocuidado e saúde mental Saúde mental dos influenciadores Feminismo como marketing e pressão psicológica | Desgaste da saúde mental Plataformas não acolhem Expor o trauma para ser ouvida | Demanda masculina por atenção Agressões masculinas quando atenção é negada | Demanda masculina de atenção Objetificação das <i>streamers</i> | Ambivalência em ser mulher streamer Ambivalência com público masculino Demanda masculina por atenção Cerceamento da sexualidade feminina Busca por equilíbrio Streamer como mãe Relação assimétrica com a comunidade Expectativa de cuidado Demanda masculina de atenção | Desumanização das <i>streamers</i> Demanda masculina de atenção Pressão da performance ao vivo | Apoio do parceiro Misoginia de homens gays (o papel "mãe") Demanda masculina de atenção |
| Segurança | Toxicidade do mercado | Plataformas não são seguras Poucos ataques Ataques de gank | Descaso da <i>Twitch</i> Agressão via raid | Agressões racistas Ataque com fakes Acionar a justiça Evitar exposições nas redes Vias legais mais eficazes que plataformas Evitar conflitos para proteção Assédio da extrema direita Medo de doxxing Não engajar como defesa Agressores anônimos Postura positiva como defesa Priorizar segurança e engajamento | Ignorar assédios como estratégia Resignação como proteção Desensibilização como defesa Agressões por meio de clipes Ignorar agressões como problema Ridicularização e memetização como defesa Se distanciar como defesa | Moderação Moderação ativa | |

| | | | | | | | |
|---------------------------------|---|--|--|--|---|---|---|
| Comunicação do feminismo | Naturalizar o feminismo na mídia <i>gamer</i> | Isolamento como defesa Segurança para ser ativista | Autoridade de pesquisadora Autoridade de pesquisadora para evitar conflitos Autoridade de pesquisadora como distanciamento de conflito Evitar conflitos para preservar imagem | Existência política Posicionamentos públicos Questionamentos sobre militância Falta de posicionamento da comunidade Posicionamento por convicção ética Responsabilidade com a comunidade Importância do posicionamento Posicionamento público sem rotulagem | Associação entre feminismo e agressividade Militância não conflituosa | Adesão estratégica Diferencial informativo Jogo como atrativo para informação Abordagem persuasiva Abordagem didática Espaço seguro Acolhimento como estratégia | Apoio a <i>streamers</i> mulheres e trans Consumo ético como feminismo Boicote a jogos objetificantes Abordagem didática |
| Plataformas | Glamourização do trabalho de influencer Precarização nas plataformas Responsabilidade dos influenciadores | <i>Twitch</i> reforça status quo Adesão ocasional a trends Não foca no algoritmo Precarização de <i>streamers</i> Importância do nicho <i>Twitch</i> não apoia iniciantes Ambiente hostil para mulheres Precarização financeira | Frustração com a plataforma | Ineficiência da <i>Twitch</i> Desamparo de criadores negros Opacidade dos algoritmos Ineficiência da <i>Twitch</i> Privilegiar conteúdo em vez de audiência Vulnerabilidade da streamer Assimetria entre streamer e público Ineficácia da <i>Twitch</i> Regulamentação das plataformas | <i>Twitch</i> é masculina Dados não são transparentes | Insegurança da <i>Twitch</i> Individualização dos problemas estruturais da plataforma Ineficácia da <i>Twitch</i> Indiferença da plataforma Mobilizações pontuais Etarismo da plataforma | Autenticidade antes de algoritmos Métricas geram ansiedade |
| Comunidade <i>gamer</i> | Machismo da comunidade <i>gamer</i> Cerceamento da expressão feminina | Cultura <i>gamer</i> masculina Ataques machistas Expulsão de mulheres | Alinhamento com a comunidade de Pomodoro | Toxicidade da comunidade masculina <i>gamer</i> Identificação com a comunidade <i>gamer</i> (apesar da toxicidade) | Normalização da violência de gênero Cerceamento de mulheres Ambiente ainda hostil às mulheres | | Machismo de homens gays Transfobia de homens gays |
| Comunidade de fãs | Público atual acolhedor | Público equilibrado | Comunidade de nicho Comunidade acolhedora Moderação como trabalho de comunidade | Incentivo do público Acolhida pela comunidade Cosplay racializado bem aceito Incentivo do público Comunidade segura | Comunidade unida | Incentivo do público Comunidade autorregulada Comunidade diversa | |

| | | | | | | | |
|--------------------------|---|---|--|---|---|--|---|
| Colegas mulheres | Desilusão com rivalidade feminina Desilusão com o ativismo no mercado Conflitos em grupos feministas Desinteresse em mudanças estruturais Assimilação do feminismo Competição e feminismo de mercado | Queda no número de mulheres na área Fim dos sites femininos Fim dos coletivos Individualização | Permanência em comunidade de mulheres <i>gamers</i> Competitividade na comunidade <i>gamer</i> Hobby e comunidade como prioridades | Importância de coletivo negro Importância dos coletivos Desmobilização dos coletivos Apoio mútuo entre <i>streamers</i> | Amizade entre mulheres Desmobilização de coletivos Eventos femininos da <i>Twitch</i> | Organização feminina informal Compartilhamento de informações de segurança | Competição entre <i>streamers</i> LGBT Rivalidade entre pessoas LGBT Fim de coletivos |
| Empresas e marcas | Tokenização Cooptação do feminismo Feminismo neoliberal Feminismo branco Cooptação do feminismo Feminismo de mercado Exploração de mulheres Cooptação do feminismo pelo marketing Marketing feminista e manutenção do status quo Rivalidade feminina Conformismo do mercado Exploração do trabalho de ativistas Racismo no feminismo de mercado | Exposição e parcerias comerciais | | Parceria com empresa Empresas abandonaram causa da diversidade Retocesso das empresas Representatividade além do marketing | Cerceamento de patrocinadores | Prospecção ativa de parcerias comerciais Fim do marketing de causas para diversidade Tokenização | |

Tabela 11 - Convergências temáticas entre categorias narrativas no depoimento de cada streamer

Optei então por discutir cada agrupamento temático separadamente, apresentando os enquadramentos de cada tema a partir das categorias narrativas identificadas e da discussão teórica motivada pelas mesmas. Também apresento trechos das entrevistas para ilustração.

8.2.1 Inserção

A pergunta que estruturou todas as entrevistas desta tese convidava as *streamers* a refletirem sobre suas trajetórias na indústria de jogos digitais brasileiras, e por isso todas iniciaram seus relatos contando como começaram na área. Apresento a seguir os quatro enquadramentos emergentes na justaposição e entrelaçamento de narrativas sobre a inserção dessas mulheres no mercado de jogos digitais e *streaming*.

8.2.1.1 Trabalho de fãs

Gabriela e Sarah têm algumas coisas em comum: a faixa etária entre 30 e 40 anos, a vida na mesma capital sudestina e a experiência no jornalismo de games. Ambas começaram a escrever sobre jogos em sites totalmente mantidos por fãs de forma voluntária, como *hobby*. A visibilidade e os contatos profissionais conquistados por meio desses *fansites* abriram as portas para posições remuneradas em grandes veículos da área. A profissionalização de fãs é um fenômeno conhecido e não é surpreendente que ocorra também no mercado *gamer*. Assim, Gabriela e Sarah são exemplos típicos de profissionais que aprimoraram suas habilidades e redes de contatos por meio do contato com o *fandom*.

As trajetórias de ambas têm alguns pontos de contato com as etapas de profissionalização de blogueiras mapeadas por Karhawi (2020), pois também passam de uma fase de vanguarda e autonomia no lidar com a comunidade para a institucionalização e reconhecimento profissional. Porém, elas se diferenciam das blogueiras por iniciarem suas carreiras em contextos de coletividade nos *fansites* tocados por equipes e por chegarem à institucionalização por meio de contratos de trabalho em redações, em vez de se tornarem influenciadoras individualmente, mesmo que exerçam ou tenham exercido também essa função paralelamente ao jornalismo por meio de *lives* e posts em redes sociais. Gabriela, no momento da

entrevista, trabalhava exclusivamente como influenciadora independente, mas Sarah seguia *streamando* paralelamente ao seu trabalho de jornalista.

De uma perspectiva profissional, se tornar influenciadora tem significados diferentes nas trajetórias de jornalistas de jogos digitais e blogueiras. Uma blogueira que atingiu o status de influenciadora alcançou a validação máxima na carreira, e é agora reconhecida pelo mercado como uma profissional estabelecida. Nos relatos das jornalistas entrevistadas, migrar para o trabalho de influenciadora, por sua vez, aparece como consequência da falta de postos de trabalho nas redações ou como uma atividade complementar à sua jornada formal para aumentar sua visibilidade, e assim sua empregabilidade, em um mercado bastante reduzido e competitivo. De ambas as formas, o trabalho de influenciadora é um marcador de precariedade, e não de validação, para uma jornalista.

Nieborg e Foxman (2023) identificam aproximações importantes entre jornalistas de games e influenciadores: ambas as categorias abordam jogos digitais principalmente como produtos de consumo, informando seus públicos nesse sentido. Assim, o acesso a esses produtos é central para seus trabalhos, e precisa ser constantemente negociado com as empresas do segmento, com quem jornalistas e influenciadores devem manter uma boa relação. Porém, enquanto o influenciador negocia contratos publicitários a partir da demanda dos clientes, o jornalista busca informar segundo seus próprios critérios de relevância e princípios éticos, o que torna influenciadores parceiros mais interessantes para as empresas. Com isto, o jornalismo de games tem perdido espaço e patrocinadores. Pra Nieborg e Foxman, uma alternativa seria um jornalismo mais próximo da crítica cultural que existe em outras mídias, como o cinema, que busque levar os games para além do seu nicho consumidor e conectar esses produtos de forma mais ampla com seu contexto midiático.

Enquanto este movimento não acontece de forma ampla, as jornalistas que atuam como *streamers* precisam lidar sozinhas com a administração de suas carreiras e com a precariedade que envolve a dupla jornada no trabalho em redações somado ao trabalho de influência. Manuela, também jornalista, mas atuando fora do segmento de games, consegue lidar de forma mais leve com isso porque *streama* como hobbysta e não estabelece uma conexão tão direta entre sua atuação profissional em redação e seu trabalho de influenciadora. Embora ela relate que treinar suas habilidades profissionais foi um fator decisório para se tornar

streamer, ela trata sua primeira profissão de forma bastante independente do *streaming* em si, que ela vê mais como um exercício de pertencimento e comunidade do que um trabalho necessário para seu planejamento de carreira.

8.2.1.2 A pandemia de COVID-19

O período crítico de isolamento social durante a pandemia de COVID-19, entre 2020 e 2021, motivou muitas pessoas a buscarem conforto por meio das plataformas digitais. Manuela, Raíssa e Rafaela mencionaram a pandemia como o momento em que iniciaram suas atividades, por motivações diferentes. Manuela menciona o tédio do isolamento como um motivador para o “impulso” de se tornar streamer.

Minha carreira como streamer começou meio que por impulso. Eu estava com covid, e aí eu estava trancada no meu quarto sem fazer nada e na época eu estava muito viciada em jogar Warcraft, então pensei acho que eu vou abrir hum... vou para uma live aqui na *Twitch* (Manuela).

Essas primeiras lives chamaram a atenção de amigos, que a motivaram a continuar com as transmissões. Raíssa também mencionou amigos como incentivadores importantes para seu início na área, citando também a vontade de conversar com pessoas como um elemento importante na sua decisão.

Daí chegou 2020, na pandemia, naquele momento no auge da pandemia, isolamento social e tudo, conheci, conheci um amigo que ele fazia lives no *YouTube*. E aí era muito interessante, porque assim, tipo, ele me chamou, ele chamou pessoas para poder jogar com ele. Aí joguei com ele mais um amigo, e eu achei assim, eu achei aquilo muito legal, porque e era o momento que a gente precisava, eu precisava conversar com as pessoas, aquele isolamento social, cada um na sua casa e tudo. Daí assim, eu vi que aquilo ali era muito legal de fazer, eu: ah vou fazer lives também, vou abrir um canal, tudo (Raíssa).

Já Rafaela menciona o contexto profissional da pandemia, em que muitas pessoas que nunca haviam trabalhado de forma remota se viram obrigadas a lidar com ferramentas profissionais para isto, como o principal motivador para iniciar suas lives.

Então, eu acho inclusive que eu vou começar talvez um pouco diferente, talvez, das minhas colegas que você vai entrevistar, porque eu comecei como *streamers* na *Twitch*, na realidade, eu

comecei com um trabalho de professora. Eu iniciei esse trabalho em 2021 e ele foi meio que uma necessi... Ele apareceu pra mim como uma necessidade de... A gente estava obviamente no meio da pandemia, do grosso da pandemia, todo mundo enfiado em casa ainda. E na realidade, a ideia já veio na minha cabeça lá por 2020, mas resolvi colocar assim em prática em 2021, porque eu sou uma pessoa que sempre teve ligada com o trabalho voluntário, e com o fechamento das coisas, eu fiquei muito perdida, sabe, Beatriz, eu me sentia muito perdida. Eu falava: Puxa, o que que eu posso fazer de alguma forma para poder continuar isso ou ajudar alguém ou levar? E aí eu tava muito inclusive também por ser professora, minha primeira profissão é professora, eu estava ajudando muito colegas mais velhos, colegas que não tinham tanto contato com a tecnologia em conseguir dar essas aulas que de repente todas ficaram online. E foi um problemão na época, né? Porque muitos professores não tinham ideia de como usar nenhuma ferramenta nem de transmissão, muito menos de como montar um material que fosse, não só, entre muitas aspas, transmitível, né, que desse para você colocar. E tinha gente que não sabia espelhar o próprio monitor. Então assim, eu lembro que eu comecei a ajudar alguns colegas porque não estavam conseguindo trabalhar direito, não estava com a aula... não estava conseguindo fluir, estava todo mundo naquele processo de entender que puxa, talvez a gente fique um bocado de tempo assim. Então vamos estudar e ver como é que as coisas acontecem (Rafaela).

A vontade de se conectar e manter contato com os amigos foi decisiva para formação de comunidades de *streamers* que iniciaram seu trabalho neste período. Porém, Raíssa e Manuela mencionaram que nunca conseguiram retornar aos patamares de audiência alcançados durante o isolamento social após o fim do mesmo. Já Rafaela mudou o seu perfil de transmissão ao longo do tempo, e foi gradativamente cultivando uma base de seguidores neste sentido.

8.2.1.3 Entre o trabalho e o lazer

Tensionamentos e convergências entre a atividade de *streamer* e uma primeira carreira apareceram recorrentemente nos relatos das participantes. Já foi destacada a relação entre *streaming* e jornalismo nas carreiras de Gabriela e Sarah. Para elas, a trajetória de *streamer* se confunde com a trajetória de jornalista, e ao narrar seus inícios na área elas não separam essas duas instâncias. Já Manuela apresenta um cenário mais ambivalente: praticar e conseguir contatos na profissão de jornalista foi um motivador para começar a *streamar*, mas ela não considera as *lives* como sua primeira profissão, e nem busca a profissionalização nesse sentido.

Streamar permanece como um *hobby* que demanda algumas habilidades e conhecimentos que usa em sua carreira formal, mas não se confunde com ela.

Assim como Manuela, Rafaela também viu o *streaming* como uma forma de praticar habilidades que estavam lhe sendo demandadas profissionalmente naquele momento, no seu caso o domínio de ferramentas de transmissão de aulas síncronas remotas. Porém ela gradativamente mudou o perfil de seu canal, focando em jogos, e foi se encaminhando profissionalmente neste sentido, consolidando sua parceria com a *Twitch* e buscando ativamente patrocinadores e parceiros comerciais.

Já Ana decidiu se tornar *streamer* após perder seu emprego na área de tecnologia em uma demissão coletiva. A decisão de tentar algo novo em termos de carreira veio após refletir sobre seu momento atual de vida e entender que tinha estrutura financeira e familiar para seguir com ela. Ela contou que o acesso a jogos digitais, que demandam equipamentos caros, foi uma questão durante sua infância e juventude e que, apesar de sempre ter se interessado por games, suas oportunidades relacionadas a eles estiveram limitadas até ela atingir independência financeira por meio de um trabalho em outra área.

Raíssa também mencionou questões financeiras como razão para desistir da graduação e carreira em desenvolvimento de jogos e se profissionalizar na área de tecnologia. As redes sociais e o *streaming* são formas que ela encontrou de se manter em contato com os games e atuar profissionalmente na indústria. Ela também relatou um certo tensionamento entre sua primeira profissão e a carreira de *streaming* ao contar que sente a necessidade de pagar a versão *premium* do LinkedIn para monitorar quem acessa seu perfil, e assim saber se pessoas que a assediam de forma racista em suas lives e redes sociais estão tentando algum tipo de contato com a empresa onde trabalha.

Lívia não mencionou a existência de uma primeira profissão durante a entrevista.

A relação entre *streaming* e primeira carreira surge nos relatos ora como complementação, ora como competição: Gabriela e Sarah estão em posições onde jornalismo e *streaming* se confundem e complementam. Para Manuela, é um *hobby* que ocasionalmente rende frutos profissionais, embora não seja essa a sua expectativa ou objetivo. Ana viu a perda do emprego como uma oportunidade de investir na carreira de *streaming*, que reflete uma ligação afetiva com jogos presente desde a infância. Raíssa concilia um emprego que a sustenta financeiramente com a

atividade de *streaming* que a realiza enquanto fã de games que sonhava em ser desenvolvedora. Rafaela viu sua primeira profissão a conduzir para a carreira de *streamer* de forma inesperada até para ela mesma.

Em todas essas dinâmicas, é possível ver a centralidade da ideia de amor aos jogos (Bulut, 2020) como motivador para o trabalho. A sobrecarga gerada por essa jornada extra parece ser relevada por parte das entrevistadas, porque elas encaram o *streaming* como um trabalho divertido e criativo, de forma similar aos trabalhadores da indústria de conteúdo digital analisados por Siciliano (2021). As participantes que se posicionaram de forma mais diretamente crítica a essa sobrecarga foram Sarah e Gabriela, as jornalistas que têm o *streaming* muito mais entrelaçado às suas carreiras principais. Porém, a maioria mencionou algum grau de cansaço e dificuldade de gerenciamento neste sentido: Manuela falou sobre o pouco tempo livre para *streamar* devido ao seu trabalho; Ana mencionou o privilégio de poder fazer isso no momento sem tanta preocupação em conciliar com uma atividade financeiramente mais rentável; e Rafaela relatou sobre se sentir cansada e sem paciência, o que chamou de “não estar professora”, em alguns dias, devido ao cansaço em conciliar *streaming* com a vida cotidiana.

8.2.1.4 Sonhos e inspirações

Sonhar em trabalhar com games é o motivador mais importante nos relatos, e aparece de forma mais ou menos explícita em todas as entrevistas. Mas outro elemento importante, que se destaca tanto pela presença quanto pela ausência nas narrativas, são pessoas que inspiram essas *streamers* a começarem na área. Ana é a única a mencionar diretamente outros *streamers* LGBTQIAPN+ como uma das razões que a levou a iniciar suas lives, mas Lívia, Raíssa e Rafaela também relatam que entrar em contato com mulheres com perfis semelhantes aos delas fazendo lives foi importante para que elas se mantivessem na atividade, ou para diminuir a sensação de inadequação neste meio.

É possível perceber um enquadramento muito semelhante nessas narrativas: o sonho de trabalhar com games, a ideia de que isso não é adequado para mulheres como elas, e o apaziguamento desta ansiedade ao entrar em contato com pessoas semelhantes na área. Estes relatos mostram o quanto a cultura de jogos ainda passa uma ideia de ambiente exclusivamente masculino, ou exclusivamente jovem,

ou ainda acessível só para mulheres com um certo tipo de aparência que, em geral, é vista como desejável pelo público masculino e jovem.

8.2.2 Mercado de trabalho e carreira

Nem todas as participantes falaram especificamente sobre o mercado de trabalho em jogos digitais de forma geral, considerando não só colegas *streamers*, mas também a rede profissional de empresas, estúdios, redações jornalísticas, patrocinadores e trabalhadores diversos que a compõem. Porém quando mencionada, a indústria brasileira de games foi caracterizada de forma bastante uniforme pelas entrevistadas como um ambiente de trabalho hostil e solitário para profissionais de minorias.

8.2.2.1 Um mercado preconceituoso

Relatos de discriminações foram recorrentes entre as *streamers* que abordaram diretamente o mercado de trabalho na indústria brasileira de games: Gabriela, Manuela, Raíssa, Rafaela e Ana, sendo Manuela a única entre elas a não mencionar nenhum caso do tipo.

Por ser uma das participantes com mais tempo de trabalho na indústria, e com mais acesso às maiores empresas do setor, Gabriela foi a entrevistada que trouxe mais extensamente esses casos, mencionando casos de etarismo, machismo, racismo, LGBTfobia e assédio sexual durante seu relato. A *streamer* caracterizou o mercado de jogos digitais como um espaço hostil às mulheres em que as políticas de inclusão são superficiais e performativas, servindo mais para a segmentação de público do que para promover melhorias reais nas condições de trabalho das pessoas de minorias sociais.

Raíssa falou sobre o desequilíbrio de gênero na área e sua percepção de que, assim como no mercado de tecnologia, onde atua em sua primeira profissão, as mulheres na indústria de jogos digitais precisam se impor de forma assertiva para serem respeitadas. Ela conta que é um recurso a que recorre quando precisa, mas que sabe que isso a faz ser vista como “mandona” em certos contextos.

Então assim, eu via muito que os homens ficavam, sabe? Aliás, tinha algumas piadinhas machistas, algumas coisas machistas e tudo,

então muitas vezes eu tinha que me impor. E quando uma pessoa como eu se impõe, a pessoa fala nossa, ela é mandona, nossa não precisa disso tudo, não precisa tudo assim, sabe. As pessoas já estão achando que você está sendo mandona, que você está sendo metida por aquilo. Mas não, eu tinha que me impor, porque se eu não me impusesse, eu, eu seria engolida pelo pessoal, sabe? Não teria... Eu não seria respeitada por eles. Isso aconteceu comigo no mercado de trabalho e tudo, então tinha muitas vezes que eu tinha que me impor, principalmente perante homens mais velhos e tudo, eu falava não é assim, assim e assim. No final das contas, eles viam que o que eu estava falando era certo e ahhhh, aí eles ficavam quietinhos. Mas sim, dá para fazer um paralelo entre a área de tecnologia e a área de games, que é uma área que é hostil às mulheres (Raíssa).

Rafaela e Ana, assim como Gabriela, mencionaram etarismo em seus relatos. Rafaela falou sobre como isso dificulta sua busca por patrocínios e Ana falou sobre a perspectiva de uma profissional mais velha, de acordo com o narrado por um amigo. O enquadramento convergente nas narrativas apresentadas foi que o mercado de trabalho em jogos digitais permanece hostil e discriminatórios às minorias, e as iniciativas de inclusão no mercado são apresentadas como superficiais, insuficientes ou meramente comerciais.

8.2.2.2 Solidão

Além da discriminação de minorias, outro aspecto mencionado pelas entrevistadas foi a sensação de falta de referências e modelos, já abordada no enquadramento “Sonhos e inspirações”. Manuela falou sobre ter poucas *streamers* em situações de carreira semelhantes à dela, atuando como jornalistas fora da área de games. Raíssa também menciona que é uma das únicas *streamers* negras no seu nicho. Esta percepção de isolamento e falta de referências aparece também quando as *streamers* falam sobre autoimagem e pressão estética, sendo então um enquadramento transversal em motivação, carreira e saúde mental de um tema nos relatos das participantes.

Relacionado ao tema, Gabriela e Sarah mencionaram a mesma empresa e equipe de gestoras quando falaram sobre como se sentem mais confortáveis ao trabalhar com marcas gerenciadas por mulheres. É um exemplo de como referências femininas positivas são valorizadas e marcantes para as profissionais do mercado *gamer*.

8.2.3 Autoimagem e pressão estética

Todas as participantes da pesquisa relataram vivenciar algum tipo de ansiedade ou de situação desconfortável decorrente da exposição das próprias imagens como *streamers*. Na discussão desses incômodos, elas falaram sobre como a aparência feminina é alvo de julgamentos, como os padrões de beleza são centrais para certas oportunidades de trabalho e como o medo de assédios as mantém muito autoconscientes de como se vestem e se apresentam, levando-as a se autocensurarem e cercearem o tempo todo. Por isso, os enquadramentos agrupados neste tópico apresentam muitas aproximações com o tema “Trabalho emocional e bem-estar”, apresentado a seguir.

8.2.3.1 Inadequação e comparação

Um fator que dificulta a decisão de começar a *streamar*, para muitas mulheres, é a sensação de estar fora dos padrões estéticos esperados daquelas que decidem iniciar essas atividades. As entrevistadas Raíssa e Lívia falaram sobre como o comparativo estético com *streamers* mais populares foi uma fonte de angústia, principalmente no início de suas carreiras. Raíssa, por exemplo, fez suas primeiras lives sem mostrar seu rosto na câmera e só mudou de ideia em relação a isso após o incentivo de amigos. Lívia também relatou se sentir insegura em se expor no início por se comparar a mulheres que tinham uma forma mais sensual de se apresentarem, se mantendo sempre muito vigilante sobre suas roupas e postura para não ser vista da mesma forma.

Mas eu sinto a pressão mesmo, o desajuste ali de tipo, muitas vezes a gente tem como referência e isso daí pesava muito na minha cabeça. A gente tem como referência de grandes mulheres no cenário, pessoas muito gostosonas. Não é? (rindo) Pessoas num padrão, num certo padrão ali, num certo... numa certa forma de vestir. Quando eu comecei a querer ocupar certos espaços e tipo um palco, tipo uma coisa mais de destaque, de mediar, de apresentar, isso foi sempre foi uma questão que pairou na minha cabeça sim, de: Pô, será que eu tenho a estética certa para isso? Será que eu me ajusto no que é esperado em relação a isso né? (Lívia)

Na fala de Lívia sobre essas influenciadoras foi possível identificar um dispositivo de enquadramento comum para descrevê-las, que aparece repetido em outro contexto na entrevista com Ana: a “gostosa”. Considerando o uso da palavra em redes sociais por jovens mulheres feministas, apesar da carga machista do termo em outros meios, a gostosa seria uma mulher atraente que se apresenta de forma sexual e segura de si. Ana se refere a si mesma como uma gostosa, por exemplo, quando fala de sua segurança em se apresentar com roupas lidas como sensuais em suas *lives*. Não há carga de julgamento nessa descrição, e ela não é uma categoria fechada por si só: enquanto Lívia fala dessas mulheres como uma identidade distante e inalcançável para si, de uma autoestima quase aspiracional, Ana fala de ser gostosa como uma forma de se apresentar com amor-próprio e autenticidade em um meio discriminatório.

A comparação com outras *streamers*, também aparece tanto de forma desencorajadora quanto reconfortante nos dois relatos. Ambas as entrevistadas contaram que, ao conhecerem outras influenciadoras que consideram mais próximas a elas em aparência e apresentação, superaram seus sentimentos de inadequação neste sentido. Elas também falaram das *streamers* que se apresentam de forma mais sensual sem julgá-las por isso. O relato de Lívia sobre mudar de opinião a respeito dessas profissionais mostra que esse tipo de julgamento pode ser visto como contraditório ao posicionamento feminista das mesmas.

Mas fui procurando... Procuo sempre ir trabalhando comigo mesma, assim, como eu disse, todo o machismo da sociedade eu procuro principalmente lidar comigo mesma em relação a ele para eu não coringar, para eu não ficar doida e não ficar muito revoltada. Porque... Porque quando a gente começa a refletir muito assim, vem muita revolta né. E enfim, fui descobrindo que... e vendo que temos cada vez mais referências de mulheres diversas que se vestem de jeitos diversos, que se expressam de formas diversas. Isso foi bem positivo para mim. Assim, com o passar desses anos, também. Então das empresas assim eu vejo que essa... essa coisa de trazer pessoas que são reais, cada um do seu jeito de fora, de uma forma, me faz muito bem. Quando eu olho e vejo que pô, aquele é o espaço em que eu posso estar também (Lívia).

A comparação estética com outras influenciadoras foi mencionada de forma mais indireta, ou como contexto, em outras entrevistas. Rafaela falou sobre a preferência das empresas para pessoas de aparência mais jovem na contratação de

publis, e Sarah mencionou o fato de que algumas amigas suas na área, vistas como mais alinhadas aos padrões tradicionais de beleza, têm mais facilidade para fechar contratos por isso. Mais uma vez, as *streamers* não apresentaram ressentimento contra suas colegas ao mencionar esses fatos, e Sarah chegou até mesmo afirmar que não sentia nenhuma inveja e torcia pelo sucesso das amigas. Para as participantes, esses são apenas fatos que mostram como o mercado funciona.

8.2.3.2 A força dos padrões de beleza

Sentimento de inadequação e centralidade de padrões estéticos normativos aparecem fortemente conectados nos depoimentos das entrevistadas. O reconhecimento de que esses padrões são centrais para a obtenção de parcerias comerciais e patrocínios apareceu nas narrações de Sarah e Rafaela, como já mencionado, e no relato de Gabriela, que contou o caso de uma influenciadora que teve sua postura racista amenizada por empresas e coletivos do mercado por “aparecer bem na câmera”.

Essa percepção de que os padrões de beleza normativos ainda são os mais valorizados na indústria, capazes de garantir melhor desempenho e certas proteções, se alinha diretamente ao enquadramento “Um mercado preconceituoso”. O fato é reconhecido também como parte da “toxicidade” do meio *gamer* pelas entrevistadas.

8.2.3.3 Objetificação e medo de assédio

Para as *streamers* mulheres, reconhecer o risco de assédio – sexual ou não – durante o trabalho, é entendido como importante para sua autoproteção. Por entenderem que o meio *gamer* é machista e que as plataformas digitais possuem brechas importantes de segurança, elas se enxergam em uma posição vulnerável onde só podem contar com as próprias estratégias de proteção para mitigar esse risco. E uma das mais significativas delas passam pelo cerceamento da própria imagem.

Lívia foi a participante que falou mais extensamente sobre essa prática. Ela relatou estar sempre muito autoconsciente do que veste, de como se apresenta e de como se movimenta durante as *lives*, porque tem muito medo de ser vista de forma

sexual pelo seu público. Ela afirma que adota estrategicamente um comportamento maternal como uma estratégia de afastar a possibilidade de sexualização da sua persona pública:

(...) E isso também é muito, muito louco. Mas prefiro ser vista mais como mãe do que como mulher, o que é uma grande ironia. Mas enfim, porque as duas coisas são a mesma coisa, mas não literalmente, mas no caso da mãe é né. Mas eu prefiro ser vista nesse lugar não sexualizável, teoricamente né, do que como mulher (Lívia).

Controlar as próprias roupas é a estratégia mais citada. Manuela, por exemplo, disse não fazer *lives* de *cosplay* por temer ser assediada, já que mulheres *cosplayers* costumam ser sexualizadas pelo público. Raíssa menciona que isso não é apenas uma preocupação com o assédio do público, mas também uma questão da plataforma, já que a *Twitch* já penalizou mulheres por usarem roupas comuns no cotidiano, como blusas de alças finas e decotes, por supostamente estarem exibindo conteúdo sexual nas lives:

Aí em relação a minha vestimenta, a minha identidade, eu tinha medo, porque assim, existia uma regra na *Twitch* antigamente, que, se a mulher usasse decote, se a mulher usasse uma roupa que expusesse muito o corpo, e acho que até se homens ficassem sem camisa, a pessoa era penalizada na plataforma. Então eu tinha medo de, sei lá, usar uma roupa com decote que aparecia mais, e alguém, alguém de má fé acabar denunciando o meu canal e acontecer alguma coisa com ele. Hoje em dia, assim, eu moro em uma cidade calorenta pra caramba, principalmente no verão. Aí assim, nesse ponto já não me incomodo tanto. Uso roupa de alça, uso roupa mais aberta que porque não dá, não tem como ficar de ar-condicionado ligado o tempo todo enquanto eu estou fazendo a live, e aí eu tenho que usar assim, tipo, uso roupas mais, uso roupas menores pra eu poder aguentar o calor quando estamos fazendo live (Raíssa).

Esse tipo de medida da plataforma, somada a sensação de insegurança vivenciada pelas mulheres na mesma e a imaginários machistas frequentes na cultura *gamer*, como a ideia de “*titty streamer*” (Ruberg et al., 2021), reforça a ideia de que as *streamers* são responsáveis por regular a própria apresentação a fim de evitarem assédios ou inconvenientes relacionados a suas aparências.

Mesmo uma *streamer* que se recusa a fazer esse tipo de autopolicimento, como Ana, está ciente do tipo de vulnerabilidade que sua decisão implica, como ela

expressa em sua fala sobre perceber que os homens do meio *gamer* a tratam de forma diferente devido a sua aparência.

8.2.3.4 Superar o lugar da mulher na cultura *gamer*

Além da proteção contra assédios, a autorregulação da própria imagem também é vista pelas *streamers* como uma forma de tentar construir uma identidade que supere o rótulo de mulher, e todas as suas implicações, na indústria de jogos digitais. As entrevistadas são bem conscientes e críticas dos estereótipos mais comuns enfrentados pelas influenciadoras digitais que trabalham na área, como o de supostamente usarem a aparência como atrativo e compensação para suas habilidades inferiores às de *streamers* homens (Ruberg et al., 2021). Um exemplo disso é a fala de Rafaela sobre manter a câmera pequena em suas lives por não querer que sua aparência seja o atrativo do canal. Lívia também expressou o desejo de ser vista como profissional independentemente de ser mulher na fala abaixo:

E tipo, eu, eu não quero que o meu conteúdo seja de alguma forma... poluído pelo fato de eu ser mulher, e isso é muito triste de falar, mas, mas é uma coisa que eu penso assim, sabe? É querer ser vista independente de gênero né (Livia).

As entrevistadas entendem o lugar da mulher na cultura *gamer* como vulnerável e limitado, sujeito a assédios, ao julgamento pela aparência e a menos oportunidades profissionais, de forma semelhante às *proplayers* que resistem ao termo *gamer girl* analisadas por Ruvacalba e colegas (2018). Mesmo quando vistas de uma forma aparentemente positiva, essa simpatia só se sustenta à medida que as mulheres *gamers* se comportam de forma a satisfazer os desejos e expectativas masculinas, como exemplificado neste trecho da entrevista com Raíssa:

Raíssa: Criei muitas amizades, fiz muitos amigos com o canal, mas principalmente mulher tem que se resguardar muito em relação a essas coisas, porque infelizmente sim, os homens olham, isso é uma visão que eu tenho de muitas mulheres, tenho muitas amigas que criam conteúdo, que falam sobre games... Tem muitos homens que veem as mulheres que criam como games como se fossem, ou as deusas, é tipo nossa ela faz, ela fala sobre jogos, nossa, ou vê e muito como hate sabe: por que você está falando sobre isso? Olha só, você não sabe nada. Isso aqui é minha área, como se fosse um

ataque pessoal a eles. Então existem muito esses dois... existem muito esses dois polos, sabe? E aí o que acontece? Eu já vi casos de amigas que às vezes o cara chega falando nossa, você é linda, nossa você, não sei que, não sei que lá e tal. A mina fala olha, meu namorado também acha isso. Ah não, meu marido me acha assim também não sei o que, a pessoa acabava falando sobre o parceiro dela para afastar a pessoa.

Eu: Porque tem uma idealização, uma coisa meio como se fosse, sei lá, essa relação que as pessoas têm com *idols*, talvez, a pessoa não pode namorar...

Raíssa: Isso, exatamente. E eu sinto que algumas pessoas pararam de falar comigo depois que eu comecei a postar mais fotos com meu namorado nas redes sociais. Comecei a falar mais, mais com ele e tudo, assim, eu vejo que algumas pessoas começaram a se afastar e até por exemplo, um caso que eu vi foi da (cita outra influenciadora, anonimizada aqui), quando ela... quando ela foi pedida em casamento, um monte de gente se afastou dela, um monte de gente deixou de seguir ela e outros casos também de outras mulheres que que perderam público por causa disso.

Eu: Sim, eu lembro dela, que ela chegou a falar nas redes sociais que ela postou uma foto com o noivo e aí perdeu um monte de seguidor, né?

Raíssa: Foi. Isso é assustador E isso é assustador porque assim, o que acontece? Tem gente que está vendo a criadora de conteúdo ali como um objeto, como uma boneca ou como uma *idol* né, aquela coisa tipo intocável, nossa, não sei o quê e tal. Mas é uma objetificação de certa forma (Trecho de entrevista com Raíssa).

Profissionalmente, o desejo de transcender o papel de mulher também tem relação com acessar os espaços de destaque da cultura *gamer*, já que muitas vezes as mulheres influenciadoras ficam restritas às vagas e posições de trabalho de nicho, além de sujeitas aos julgamentos associados ao estereótipo de mulheres *gamers*, conforme discutido por Ruvacalba et al. (2018) ao analisarem as especificidades da recepção do público à mulheres *streamers*. Gabriela expressou claramente sua frustração com isso na fala:

Eles só me veem como representante das mulheres e LGBTQIAPN+, não me veem de outra maneira. E existe algo mais machista do que você determinar, pré-determinar, o local da mulher como aquele, e só aquele que a mulher faz parte, sabe? (Gabriela)

8.2.4 Trabalho emocional e bem-estar

Estar consciente da própria vulnerabilidade nas redes, além das limitações e julgamentos impostos às mulheres na cultura *gamer*, é fonte de angústia para as

streamers aqui analisadas. E os estereótipos de gênero também geram uma expectativa de cuidado e atenção total dessas influenciadoras por parte do seu público masculino, que as sobrecarregam em muitos sentidos.

8.2.4.1 O papel de amiga

A sensação de proximidade e identificação com a *streamer* por parte de seu público é parte conhecida do apelo dessas profissionais (Johnson, 2021; Guarriello, 2019). As entrevistadas falaram de forma positiva sobre o relacionamento amigável com a própria comunidade de seguidores, porém também expressaram se sentirem excessivamente demandadas por parte do público, especialmente homens, afirmando que eles passam dos limites no sentido de exigirem atenção das mesmas. Para as participantes, esse tipo de comportamento por parte do público masculino existe porque eles esperam que as mulheres estejam sempre disponíveis ou ansiosas pela atenção deles. A seguir, alguns trechos de entrevistas que falam desses episódios e sobre as percepções das *streamers* em relação a eles:

Eu passei por algumas situações de constrangimento mesmo, do tipo, uma pessoa que eu nunca vi na vida começar a falar no chat da *Twitch* como se eu fosse a confidente dele. Aí ele começou a falar da vida dele, das frustrações dele, e eu sempre com muito medo de, me impor, de falar cara, você não pode estar falando isso. está me deixando desconfortável, então eu só ficava aham, aham, ok, cara, que pena e tal. Mas assim, fora casos pontuais, essa questão de sofrer assédio e tal não me ocorria diariamente. (...) Eu acho que quando eu jogava aparecia mais homens na minha live do que agora quando eu estou estudando. Então tinham mais casos assim e aí eu ficava meio desconfortável e já teve gente tipo ah, eu te mando um donate de 100 reais se você jogar tal jogo. Aí eu falo velho, isso não é muito legal, tá ligado? Ou você está tipo querendo subornar a pessoa pra jogar tal jogo, uma coisa assim. Tem gente que aceita. Eu me sinto desconfortável quando com esse tipo de abordagem que a galera faz. (...) eu não sei se é interessante pra entrevista, mas eu mês passado ganhei um, ganhei um ataque de bot. Também sem motivo. O cara, eu estava no meio do sprint, ou seja, não, não falo, e a pessoa não conhecia live de Pomodoro, falou "Boa tarde, não sei o que", eu respondi no chat, mas ele falou não vai me responder não? Então toma aí pra tu, vai do nada uma cacetada de bots me seguindo, aí foi, foi uma luta pra limpar aí isso me deixou bem chateada também. (Manuela)

Não experienciei, mas posso talvez trazer um pouco de insumos para a sua pesquisa, porque eu vejo isso constantemente acompanhando outras mulheres, inclusive mulheres trans. A única diferença, ui até me arrepiei aqui, porque é muito louco, porque a gente pode até entender, e foi o que eu até tuitei, eu acho que hoje ou ontem, é que esses homens, eles se comportam quase iguais, porque eles são homens no fim, homens cis pipipi popopô sabe por quê? Porque a única diferença você me falando isso, desse relato dessas mulheres, é que pra mim a única diferença que muda é só que das *streamers* que eu acompanho são homens gays, contando histórias de: Ah, nossa, hoje o boy fez isso comigo e terminou comigo e aconteceu isso. Ontem, por exemplo, eu vi um, eu estava assistindo aquela streamer que eu falei, eu ligo no chat dela um seguidor dela, chegou lá contando ai mãe, porque eles chamam ela de mãe, ela acostumou eles, ai mãe e hoje eu fiquei duas horas no telefone com a minha mãe porque ela tava com uma crise de ansiedade não sei o que pipipi popopô. E aí ela toma essa posição desse cuidado, de quase uma psicóloga que tem que aconselhar e falar nossa, você deve fazer isso. Nossa, faça isso. Olha, eu resolveria essa situação dessa forma. Então, sim, isso é uma coisa que é extremamente real nesse mundo, porque eu estou vendo quase todos os dias isso acontecer, e para mim é diferença que muda é só que um lado é hétero, o outro lado é gay, mas está sempre acontecendo. E o que é muito louco para mim, Bia também é, porque isso são comentários e problemas que são tão assim... Eu não digo bobos, mas por exemplo, eu fico imaginando a pessoa no caso era um homem né, o cara lá que foi na live dela eu falar isso, tipo poxa, é sua mãe! Como assim você está reclamando na internet, na live de uma pessoa que você não conhece, certo, que você acompanha? Você está reclamando que você passou duas horas no telefone tendo que ouvir sua mãe e tendo que acalmar ela porque ela estava com uma crise de ansiedade? São só duas horas, pensa no tempo que essa mulher te criou, cara, o tempo que essa mulher passou cuidando de você, o tempo que ela dedicou para você e você está num chat de uma pessoa desconhecida falando que ai nossa, estou aqui para morrer porque fiquei duas horas no telefone com a minha mãe. Amado? (Ana)

Eu tenho as minhas moderadoras que hoje, deixa eu fazer uma conta aqui... Uma, duas são todas mulheres, acho que são cinco ou seis mulheres. Elas me ajudam muito e a gente tem algumas medidas de segurança no chat para que a pessoa logo que siga não consiga falar no chat, porque é muito perceptível, principalmente em jogos assim ou que são muito novidade ou que são clássicos de franquia, por exemplo, que apareçam figuras que sempre se apresentam como figuras do sexo masculino, é... Com várias assim... Como é que eu vou dizer? Tentando ensinar você. Não, não faz isso. Vai para outro lugar, como se você fosse uma boneca. Então às vezes eu me sentia um pouco assim. E aí no começo a gente tem um combinado com as moderadoras, que é no começo eu falo muito educada de olha, eu entendo, você já deve ter jogado. Entendo sua ansiedade, mas eu estou jogando pela primeira vez, deixa eu descobrir. E aí, se a pessoa continua tentando interferir dessa forma, ou ser grosseira de alguma coisa, enfim, aí a gente toma as providências de T.O., que é

para deixar a pessoa quieta por um tempo ou de dar ban mesmo direto. Mas tem uma preocupação sim, até hoje e principalmente de como essas pessoas chegam falando Beatriz. Eu me sinto muito invadida às vezes. Tá, então é uma. Eu posso descrever, talvez como uma intimidade forçada. Aquela pessoa que chega te chamando já de algum apelido logo que chega ou já chega falando como se você fosse um amigo de anos. Isso ainda me incomoda um pouco, porque é aquela coisa, né, essa pessoa está me vendo, mas eu não estou vendo quem ela é (...). Então, assim, às vezes eu também me sinto invadida por causa desse tipo de atitude das pessoas do chat. Eu vou ser muito sincera, isso aconteceu pouquíssimas vezes com pessoas que se identificavam como mulheres. A grande maioria é de pessoas que se identificam como homens. Tá? (Rafaela)

Eu sinto que a minha comunidade agora está bem mais saudável, sabe? Ela está bem mais... está bem mais autorregulada. Se vier uma pessoa querendo fazer gracinha, querendo ser engraçadinha ali pessoal já, já meio que afasta. Eu mesma também já não dou muita confiança pra pessoa, sabe? Assim. Antes eu era muito mais aberta a qualquer pessoa que chegasse no canal, porque justamente eu queria que a pessoa se sentisse bem e confortável ali. Hoje em dia já vejo se olha quem tem que se sentir confortável em primeiro lugar sou eu e minha comunidade. Se a pessoa chegou ali e está querendo deixar gente desconfortável, fora. Teve... teve até um caso recentemente. Não sei se era uma criança ou se era... Não sei qual era o caso daquela pessoa. Que a pessoa começou a ficar perguntando muito, sabe, você vai em tal evento? Ai você vai não sei o quê? Você sabe, você tem não sei o que não sei o que lá? Aí eu comecei a parar de falar com a pessoa, sabe, você parar de dar atenção para a pessoa, a pessoa fala: Ah, feia, não sei que lá. Eu cansei, meti o ban na pessoa. (Raíssa)

E na live isso daí é uma coisa que eu percebi muito, muito cedo, de que há um público específico que parece que só assiste mulheres por motivos errados, e é um público que só assiste mulheres também por identificação. Há uns meninos lá, porque o meu público é tipo 80% masculino e alguns meninos que vão contando a própria história, e daí são cercados de mulheres é tipo ah mãe, e só tem irmãs, e sempre foi criado assim, eles se identificam mais e tranquilo, e tem também uma parcela que parece que está ali porque... por uma por uma atenção do sexo feminino e isso, isso vai ser sempre inevitável, né? Assim como muitas vezes meninas ou pessoas homossexuais também podem, tipo, assistir pessoas de gêneros distintos com interesses. Não é uma coisa exclusiva dos homens, mas culturalmente a gente já é mais vista como disponível. Se uma mulher está ali, portanto, ela está disponível. Se ela está ali para você conversar com ela, se ela te deu um oi, então ela é uma opção. Então, eu sempre tive muita consciência dessas coisas e eu acho que eu acho que meio que é isso sim. (Lívia)

Lívia e Ana mencionam um dispositivo de enquadramento comum ao falar desses casos: a categoria “mãe”. Lívia, como já apresentado no enquadramento

“Objetificação e medo de assédio”, opta conscientemente por se apresentar com uma postura mais maternal porque acredita que assim consegue responder à demanda por atenção de seu público sem se colocar em uma posição sexualizável. Já Ana relatou suas observações da relação entre mulheres *streamers* trans e público masculino gay, falando de como os últimos usam o termo “mãe”, que no contexto da cultura LGBTQIAPN+ tem significações próprias, como uma mentora mais velha que acolhe pessoas queer afastadas de suas famílias, ou uma imagem feminina poderosa vista como aspiração (Torres Fernandez, 2020). Em ambos os casos, a “mãe” está em uma relação assimétrica com seu público, que demanda delas cuidado e atenção à revelia dos sentimentos das mesmas. Lívia fala diretamente sobre essa sensação de assimetria:

100%, 100% e é uma expectativa também, eu vejo aqui muitas vezes bem alta, de cuidado mesmo, até no privado eu falo muito, converso muito sobre essa relação assimétrica do streamer com a comunidade, porque a gente tem, eu tenho um carinho enorme pela minha comunidade e tem muitas pessoas ali que eu sinto no meu coração muito forte e eu torço pela galera, mas sempre vai ser assimétrico e algumas pessoas assumem uma assimetria e daí vem no privado, e já aconteceu muitas vezes de procurarem apoio psicológico em mim mesmo no lado mais privado.

Claro que o meu trabalho também envolve mais bate-papo, mais reflexões, autoconhecimento. A gente fala bastante dessas coisas, mas talvez por ser mulher e pelo meu perfil e eu me sinto uma pessoa um pouco mais acessível, eu sinto que os outros me percebem mais acessível para fazer esse papel na verdade né, eu acho que isso rola e só fala assim. Ela já causou cansaço, já precisei colocar limites, ela já causou situações de manipulação mesmo, de pura manipulação. Com relação à saúde mental, já mais de uma vez pessoas vem Lívia me responde senão vou me matar.

E é engraçado que são sempre homens, são sempre homens, nunca, nunca nenhuma mulher fez isso. Tudo bem que meu público é majoritariamente masculino, mas tem muitas meninas e as meninas nunca ultrapassam nenhuma linha. Nunca. É sempre uma coisa bem mais tranquila. Mas já precisei sim colocar esses limites aí e até para mim, na verdade, eu fui aprendendo a me afastar. Tudo na minha carreira, todas essas coisas me fizeram mal em algum momento e me drenou muito já também ser esse apoio e tentar corresponder a expectativa da pessoa que está me procurando no privado e me ajuda. Mas eu fui me moldando para passar por cima dessas coisas, para continuar. Então eu fui aprendendo a não deixar isso mais pesar em mim e não dar moral para esse tipo de coisa e não dar abertura também. Eu fui aprendendo que eu tenho que ser uma pessoa muito menos acessível do que eu sempre fui naturalmente, muito menos disponível, muito menos, às vezes até carinhosa, num sentido mais pessoal, no nível mais pessoal. Ali eu tenho que dosar mais essas coisas e aí eu não sei o quanto que é

por ser mulher, tudo se confunde. Isso que é que é doideira. Tudo, tudo se confunde. Não sei se é por causa do meu perfil, ou seu perfil é mais assim também por eu ser mulher, enfim, vira um looping sem fim, né? (Lívia)

Além da ideia de “mãe”, a demanda pelo trabalho de cuidado feminino é percebida de forma diversa por Ana, uma *streamer* trans com foco no público LGBTQIAPN+, e Lívia, uma criadora cis que tem como maior parte de sua base de fãs homens heterossexuais e cisgêneros. Enquanto uma mulher trans, de acordo com Ana, deve ocupar o papel de “palhaça”, Lívia fala mais da pressão para ser “amiga” e apoio psicológico. Porém, em comum, estão os homens como os grandes demandantes deste tipo de cuidado. Rafaela também mencionou esse comportamento como predominantemente masculino em sua entrevista.

Lidar com essa demanda de atenção é tomado pelas *streamers* como uma tarefa essencial para sua autopreservação, como exemplificado no depoimento de Lívia, acima, e elas assumem para si a responsabilidade de colocarem limites no público, mais uma vez pelo autopolicimento de suas posturas, mas também pelo distanciamento emocional e pela moderação. Porém, esse gerenciamento acarreta investimento de tempo e energia, que também tem consequências no bem-estar das profissionais.

8.2.4.2 Cansaço e autocuidado

Lidar com o trabalho de *streaming* é cansativo em diversos níveis para as profissionais entrevistadas. Além da rotina de lives em si, existe o trabalho emocional na lida com o público, a necessidade de se promover, e o *stress* do gerenciamento da própria segurança nas redes. Como precisam lidar sozinhas com essa carga de trabalho a maior parte do tempo, as entrevistadas relataram procurar formas de autocuidado que permitam suas permanências na atividade.

Para Gabriela, se afastar de certas iniciativas, como começar um projeto voltado para mulheres *gamers* sozinha, foi uma forma de buscar um pouco de paz e cura em um ambiente que, segundo a mesma, acaba com ela todos os dias. Sarah falou sobre sua necessidade de ficar mais reclusa e de controlar minuciosamente os espaços online de que participa para minimizar sua exposição a ataques que prejudiquem a sua saúde mental. Ana relatou nunca olhar os números de

engajamento e audiência de suas *lives*, para não ficar ansiosa com eles. Raíssa contou sobre associar episódios de assédio a coisas positivas que aconteceram com ela, acreditando assim que eles lhe trazem sorte, e evitando se sentir mal com o ocorrido. Manuela se afastou das *lives* de jogos e previu focar nas transmissões de foco com o método Pomodoro, por perceber que elas eram mais acolhedoras para si. E Lívia falou sobre se condicionar a ignorar os ataques, até mesmo rindo deles, para que eles não lhe façam mal psicologicamente.

Todas essas abordagens estratégicas são individuais, embora algumas *streamers*, como Lívia e Rafaela, também relatem conversar com outras *streamers* sobre as agressões como uma forma de apoio mútuo e de proteção. O panorama geral então sugere que o autocuidado individual torna possível a permanência dessas mulheres no trabalho de *streaming*, mas ao mesmo tempo é mais uma demanda exigida das mesmas para exercer essa atividade, já que a ineficácia das medidas de segurança nas plataformas as deixa sem outras opções de proteção. Gabriela estabeleceu uma relação direta entre o trabalho de influenciadores, o design das plataformas e o adoecimento psicológico de influenciadores durante sua entrevista:

E ao mesmo tempo, como é que você vai culpar o influenciador para simplesmente ir e fazer o que a galera dele, do público dele está esperando? No geral, eu acho que os influenciadores, por mais que eles ganhem bastante disso, eles também são, e muito, vítimas desse sistema que a gente vê de redes sociais, que são plataformas completamente viciantes. Elas fazem um sistema de UX que deixa a gente ali vidrado e ainda por cima faz com que você faça conteúdo de graça para ela. E você tem esse endeusamento da plataforma a nível de que muitas pessoas não investem em plataformas diferentes. Então, quando acontece com o que aconteceu com o *Twitter*, que um bilionário que não tem manejo algum para negócios, etc. Muda completamente a plataforma, um influenciador que está ali só no *Twitter* se quebra, não sabe fazer outras coisas, não tem outros lados para construir. O trabalho de influenciador é muito incerto, muito incerto e traz... E essa incerteza traz um nível de ansiedade e que acaba também gerando depressão nesses criadores de conteúdo absurdo e que não se discute o suficiente. Por quê? Porque marca não gosta de gente triste. Então, mesmo influenciadores que queiram falar suas realidades, que queira falar como eles estão, etc., ainda por cima não podem falar a verdade porque tem marca que não gosta (Gabriela).

É notável também que a maior parte dessas medidas passe mais pelo distanciamento do que pela aproximação com a comunidade *gamer*, demonstrando que elas não consideram esse espaço seguro ou reconfortante. As estratégias de

autoproteção então demandam das *streamers* medidas individuais de autocuidado, que muitas vezes resultam em pressão adicional para performar bem, mostrar distanciamento e controlar as próprias reações diante de agressões, já que respostas emocionais podem resultar em mais exposição e violência, conforme destacado por Rafaela. Essa demanda por otimização individual diante de um problema sistêmico é um exemplo da dinâmica perfeição-imperfeição-resiliência teorizada por McRobbie (2020).

8.2.5 Segurança

Todas as entrevistadas concordaram que as plataformas digitais de *streaming* e de redes sociais não proporcionam ferramentas eficazes de proteção para influenciadoras digitais, especialmente considerando a misoginia da comunidade *gamer*. Assim, elas precisam lidar sozinhas com a gestão da própria segurança, na maior parte das vezes restringindo sua visibilidade a nichos percebidos como seguros, o que limita o seu desempenho em termos de métricas de audiência e engajamento.

8.2.5.1 Insegurança e descaso nas plataformas

A percepção de descaso e insuficiência das medidas de segurança nas plataformas digitais, especialmente na *Twitch*, foi majoritária entre as entrevistadas. Os relatos mais frequentes descreveram ataques sofridos e a falta de respostas dessas empresas quando acionadas.

Mas eu acho que é ainda um básico, sabe? Para... para esses ataques voltarem de novo e de uma maneira ainda mais coordenada é um estalar de dedos. Nas redes sociais em específico eu muto algumas palavras, algumas não eu, já tenho uma lista enorme de palavras que eu mutei assim, não só de xingamento, eu estou falando tipo de termos, sei lá, mutei Marvel, por exemplo. Mas e todas as palavras montadas assim chega num... como fala... chega num ponto em que eu já mutei tanta coisa, tanto palavrão, tanto termo, tanta hashtag, tanta coisa que, juro para você, teve uma vez, assim, que eu estava vendo uma discussão, eu não lembro o que que era o tema, mas eu sei que tinha vários tuítes assim que estavam ocultos porque tinha alguma palavra ali que eu tinha mutado e eu ficava: Será que eu clico nisso? Tipo, o assunto me interessa. É

algo que eu sei que tipo, eu possivelmente não bloqueei palavras, alguma palavra ali, mas tinha um monte de comentário, um monte de resposta que estava oculto e eu fiquei tipo será que eu quero clicar nisso? Então eu acho que as plataformas ainda fazem muito pouco (Sarah).

Existe o ataque de bot geral, que são só números e letrinhas, mas existem esses ataques de hate também. E eu acho que não houve até agora uma resposta muito clara sobre o que que é feito com tudo isso. Então é por isso que eu acho o serviço ainda muito pobrezinho nesse sentido. Ele não nos deixa 100% seguras, não (...). Mas a gente já mandou e-mail assinado por um monte de gente e aí a gente acaba sempre recebendo respostas automáticas, mesmo que esse e-mail seja mandado, por exemplo, a gente sempre coloca alguma parceira para mandar isso na plataforma, né? Porque a gente, parceiro, tem atendimento preferencial, a gente passa na frente, na fila, mas, mesmo assim a gente recebe muita mensagem automática (Rafaela).

Manuela: Já tive um caso de reportar. Eu tomei uma *raid* e de um streamer que eu nunca vi na vida que estava streamando, acho que era CS, e era um streamer bem grande assim. E aí uma galera começou a falar tipo coisas extremamente obscenas pra mim, e aí eu saí banindo todo mundo e denunciei o *streamer* porque não tinha motivo pra ele ter mandado essa *raid*. Eu nunca vi ele, eu não sou o público dele, eu estava fazendo live de leitura, então eu acabei denunciando ele também por causa disso.

Eu: E a plataforma foi efetiva nesse caso?

Manuela: Eu não sei dizer visse, eu denunciei. Aí alguns amigos estavam na live, denunciaram também, mas eu não lembro de ter recebido nenhum, nenhum retorno não. (Trecho de entrevista com Manuela)

Desamparadas pelas ferramentas oficiais das plataformas, as entrevistadas recorrem à recursos próprios, como providenciar e gerenciar uma equipe pessoal de moderadores, formar grupos informais para compartilhamento de informações sobre agressores e medidas de segurança, e até mesmo judicializar as agressões. Sobre esta última abordagem, Raíssa foi enfática em preferir denunciar o assédio racista sofrido por ela diretamente à justiça, já que não acredita que denunciar nas plataformas seja eficaz.

Recentemente eu tive um episódio... eu tive episódios sim de racismo. A pessoa criava fakes nas redes sociais para poder ficar me incomodando ali e tudo, eu tive até que dar parte na polícia sobre isso, mas por enquanto a pessoa não... não voltou a me importunar. Mas se ela continuar a importunar, eu vou entrar com a justiça em relação a isso, porque comigo é justiça. Não é textão de *Twitter*, não é coisa de redes sociais não. Esse tipo de coisa tem que ser

combatido no tribunal. Mas assim foi um caso muito isolado, sabe, assim, foi um caso que aconteceu agora, recentemente (Raíssa).

As práticas de comunidade mencionadas nos depoimentos das *streamers* (abordadas mais profundamente no agrupamento temático dedicado a esse tópico), como a oferta voluntária e troca de serviços de moderação e os grupos de mulheres para compartilhamento de dicas e informações de segurança, têm como origem comum a percepção de ineficácia das ferramentas oficiais das plataformas para manter a segurança das influenciadoras, sendo um exemplo da emergência da camaradagem como resposta às lacunas institucionais, conforme observado por Macedo e Falcão (2020) em seu estudo de organizações de *proplayers* na região Norte do Brasil.

8.2.5.2 Apropriação das dinâmicas de engajamento

A percepção de ineficácia das ferramentas de moderação e segurança das plataformas de redes sociais apareceu nas entrevistas combinada à ideia de que medidas só são tomadas em casos de agressão que ganham notoriedade por meio da viralização. Este ponto de vista é justificado pela recorrência de episódios do tipo, como as histórias de Isadora Basile e Gabriela Cattuzzo, mencionadas nesta tese. Uma prática comum entre *streamers* que desejam provocar algum tipo de resposta por parte das plataformas de após serem assediadas é postar sobre o ocorrido em suas redes sociais, convidando seus seguidores a compartilharem a denúncia, que muitas vezes é acompanhada de clipes do momento da agressão durante a *live*. É frequente que esses vídeos mostrem as *streamers* emocionalmente vulneráveis, muitas vezes chorando, já que muitos agressores misóginos buscam exatamente esse tipo de reação quando planejam os assédios. Rafaela comentou essa prática em sua narração:

Mas eu percebo que isso também da gente, e agora eu vou falar porque eu tenho outras amigas que falam muito isso para mim, da gente não entrar em conflito direto exatamente é disso, porque tem uma galera que fica clipando isso e fica retransmiti... Eu já tive a minha *live* retransmitida, tá, num canal de uma pessoa que estava tirando sarro da minha cara. E isso é uma coisa que acontece frequentemente na *Twitch*, a *Twitch* não faz p. nenhuma, tá? Então eles ficam esperando esses momentos, e eles fazem esses cortes de tipo olha a mulher *tiltando* e brigando não sei o quê. Então, é também

uma forma de me proteger desse tipo de coisa, de não ter o meu material espalhado nesse sentido (Rafaela).

Para a *streamer*, manter a calma durante agressões na sua *live* é uma forma de evitar ser vítima desse tipo específico de ataque, além de uma estratégia de comunicação do feminismo, como discutido mais adiante. Sarah também relatou como esta prática de exposição impactou negativamente mulheres *streamers*.

Então, cara, isso é um dos casos de tantos que a gente ouve falar por aí, até mesmo no meio de *streaming*. Acho que de *streaming* é o que mais a gente vê acontecer, principalmente na época de pandemia, em que todo mundo começou a fazer criação de conteúdo na *Twitch*, no *YouTube*, que estava em casa e aí começou a fazer, a se fazer mais conteúdo disso, de várias coisas, mas de games e cultura pop também. E aí, quando começou a ter aqueles ataques de *raids*, de pessoal de, sei lá, bots e perfis que enfim, eram meio que, como fala, eram ligados ao mesmo tempo comandavam esses ataques, começou a surgir muito nessa época, tanto que a *Twitch* teve que se mover e criar algumas ferramentas extras para as *streamers*, principalmente as mulheres, se protegerem. Não que não acontecesse com homens também, mas eu acho que o alvo principal eram as mulheres que estavam streamando e aí pipocou de casos de vídeos, inclusive de meninas que estavam tipo só fazendo criação de conteúdo ali, tranquilas no canto delas. E de repente começava a chegar um monte de robô e xingar e enfim. E obviamente elas se sentiam muito abaladas. Eu lembro que pipocou muito vídeos de meninas chorando e enfim, esses casos assim. Sabe, quando você é muito rejeitada ou você sofre muito nessas nas mãos essas comunidades mais nichadas, mas ao mesmo tempo que vem massivamente pra cima de você para te atacar por um motivo às vezes muito idiota, não tem como né. Não tem como resistir por muito tempo (Sarah).

Diante da insuficiência das ações da *Twitch* em coibir essas agressões, todas as estratégias de resistência partiram da iniciativa individual das mulheres agredidas e, cientes de que as plataformas costumam ser sensíveis apenas a casos que são bem-sucedidos em conquistar visibilidade na curadoria algorítmica, elas aprenderam a usar a viralização das próprias agressões e a mobilização de suas *fanbases* como uma tática de pressão. Neste processo, acabam fazendo um tipo de trabalho complementar (Harris, 2022) para se defenderem de agressões, já que o processo de visibilização e denúncia dos ataques se apropria das dinâmicas de engajamento das redes sociais e gera valor e atenção para as mesmas. Assim, essas plataformas acabam sendo de certa forma recompensadas pela sua ineficiência. Outro ponto sensível dessa prática é a exposição e revitimização das mulheres agredidas,

especialmente considerando que muitos assediadores se sentem recompensados pela visibilidade dos seus ataques. Sarah lamentou essa situação durante seu relato.

Sabe? Tanto que, infelizmente, em muitos casos, alguma coisa só é feita... Isso estou falando até de forma geral. Não estou falando só de ataques para criadora de conteúdo e tal, mas de maneira geral alguma coisa só é feita quando isso explode, quando se torna, quando viraliza em rede social e não é todo mundo que consegue viralizar o trauma que sofreu. Às vezes, nem todo mundo quer expor o trauma que sofreu para poder tentar resolver alguma coisa. Então falta um acolhimento, algo mais, nesse *approach* mais pessoal, sabe? (Sarah)

Raíssa também expressou seu incômodo com a prática de denúncia e divulgação de agressões pelas redes sociais das *streamers* vítimas, declarando que não acredita na sua eficácia e que acha essa exposição desgastante e pouco benéfica para as vítimas. Ela disse preferir denunciar assédios formalmente, pelos meios legais, justamente por não acreditar nessa abordagem.

Raíssa: Às vezes eu acho que em um caso desses as pessoas querem saber muito mais pela fofoca do que pela ação efetiva. E então, assim... É por isso que eu falei que eu não curto essa coisa de ficar fazendo textão nas redes sociais, porque não é efetivo isso. Não, isso não traz nenhuma eficácia. O que traz eficácia é usar a lei, a legislação e a justiça. Tem o que está ali na legislação, na Justiça para me respaldar. Eu prefiro ir por esse meio do que pelo meio das redes sociais, porque tem gente que fala ai, nossa, que pena que aconteceu isso com você, mas a pessoa não vai ajudar, até porque também as outras pessoas não têm muito o poder, assim, vai ter o poder de denunciar o perfil da pessoa. Mas aí o que acontece? Em vez da pessoa ser... em vez de, tipo vai denunciar, vai cair o perfil da pessoa, a pessoa criar outro para denunciar, então não faz muito... Como é que se fala? Não é muito efetivo, sabe? O ideal seria criação de contas por IP, porque criando conta por IP, denunciando, bloqueando, nunca mais a pessoa cria outra conta. Isso sim é eficaz. Mas as redes sociais não querem, as redes sociais querem ser um campo fértil para criação de fakes, para criação de bots e tudo.

Eu: E aí a justiça acaba sendo um caminho para uma coisa que as redes sociais não fornecem.

Raíssa: É exatamente na ausência do... na ausência do trabalho das redes sociais, a gente tem que entrar por vias judiciais. (Trecho de entrevista com Raíssa)

Em uma abordagem diferente, Lívia conseguiu achar uma forma mais positiva para si de se apropriar de dinâmicas de engajamento das plataformas de *streaming* e redes sociais para proteção. Em uma abordagem próxima a de Rafaela para evitar

se mostrar vulnerável emocionalmente (no jargão de *gamers* e *streamers*, “*tiltar*”) e assim não ser vítima de exposição maliciosa de trechos da sua *live*, a influenciadora procura, juntamente com seu público, desmoralizar os agressores por meio do humor ou, como ela nomeou em sua narrativa, do meme. Para a *streamer*, ridicularizar as agressões de forma a elas serem reproduzidas não como uma revitimização sua, mas como um meme depreciando os agressores, foi uma forma de evitar o sofrimento causado por esses episódios, além de uma prática de comunhão entre o seu público.

Então na comunidade tem, tem uma pegada sim, muito de família, de gente unida mesmo. E sempre foi assim e fui construindo bem aos pouquinhos pessoas bem queridas ali. E hoje nenhum assédio passa imune de sofrer um bullying vindo da própria comunidade, entendeu? No fim, muitos assédios acabam virando meme. E aí já aconteceu de assediadores ficarem bem bravos assim, porque a pessoa chega se sentindo ganhão ou gostosão e tal, e aí todo mundo começa a rir do ganhão, e o ganhão, fica meio sem graça (rindo) (Lívia).

Todas essas abordagens envolvem a apropriação de dinâmicas de engajamento, ou seja, trabalho de visibilidade dentro das plataformas, que buscam justamente manter seu público altamente ativo dentro das suas infraestruturas. Portanto, essas práticas de resistência, sejam elas penosas ou divertidas para as *streamers*, acabam sempre beneficiando as plataformas por meio do trabalho complementar (Harris, 2022).

8.2.5.3 Distanciamento e restrição da comunidade

Enquanto a maximização da visibilidade de ataques pode ser mobilizada como uma forma de proteção pelas *streamers* em alguns casos, reduzir a própria visibilidade e aplicar restrições ao próprio público por meio da moderação também é uma tática comum entre as influenciadoras entrevistadas. Sarah falou sobre estar “reclusa” e sobre controlar intensamente a sua exposição para evitar ataques e assim manter seu bem-estar. Manuela mudou o perfil de suas *lives* para evitar o público *gamer*, e prefere *streamar* para conhecidos, restringindo assim significativamente seu público também. Gabriela relatou que seu foco no público feminino e LGBTQIAPN+ a mantém em um espaço relativamente seguro, mas

também restringe suas oportunidades profissionais, já que as empresas só a veem como representante desse nicho. Rafaela falou sobre adotar práticas intensas de moderação e monitoramento para sua própria segurança.

Além do distanciamento pela restrição de público e visibilidade, existe também o distanciamento emocional dos ataques, como relatado por Lívia e Raíssa, que buscam ignorar agressões ou focar em aspectos positivos do seu trabalho para diminuir o sofrimento decorrente desses episódios.

Em todas essas práticas, as *streamers* lidam sozinhas com as consequências de sua vulnerabilidade nas redes, assim como com o gerenciamento de táticas de resistência a ela. Restringir a própria visibilidade traz consequências profissionais em termos de obtenção de contatos e patrocínios, como relatado por Sarah, além de impactar no crescimento das *streamers* no contexto das plataformas. Rafaela, por exemplo, relatou como uma ação de promoção para *streamers* parceiras da *Twitch*, as colocando em evidência na *homepage* da plataforma, costuma aumentar o número de agressões sofridas.

Às vezes escapa esse lugar, às vezes aparece uns tontos, aparece, mas enfim, né? E obviamente que isso aparece muito mais vezes quando, por exemplo, né, parceiro você pode participar de um lance que se chama *backfill* na *Twitch*, você coloca tua página como candidata, e aquele carrossel quando você abre *Twitch.tv*, aquele carrossel que vai passando são pessoas, são parceiros que estão em destaque. Então eles colocam você em destaque na hora que você está streamando, né? Então, quando eu comecei a participar do *backfill*, começou a aparecer muito mais gente desse jeito. Tá? Não vou mentir não, mas é assim, a comunidade se autorregula, então isso eu acho que também conta muito a favor da gente assim, sabe, no canal então eu fico mais tranquila (Rafaela).

Estes exemplos relatados pelas participantes têm similaridades com o caso do *emote* PogChamp analisado por Harris (2022) em seu estudo sobre o trabalho complementar dos *streamers*, em que conclui que esse tipo de trabalho não é igualmente acessível para pessoas de minorias, que são lesadas pela sua vulnerabilidade nas redes sociais e, assim, impedidas de conseguir a visibilidade que resultaria em ganhos profissionais na mesma sem sacrificarem sua segurança e bem-estar em níveis críticos, muito diferentes da experiência de homens brancos, heterossexuais e cisgêneros nesses espaços.

8.2.6 Comunicação do feminismo

A ineficácia das redes sociais em combater casos de assédio e *cyberbullying* e a vulnerabilidade de mulheres e pessoas LGBTQIAPN+ em espaços da comunidade *gamer* leva as *streamers* do nicho a se retraírem e diminuírem sua visibilidade como forma de proteção. Assim, ser uma mulher abertamente feminista nesta profissão acarreta muitas complexidades e desafios, com os quais as influenciadoras lidam de forma solitária já que as plataformas de *streaming* e de redes sociais oferecem quase nenhum suporte para as mesmas.

Mapear as táticas usadas pelas *streamers* para comunicar seu feminismo ao seu público é o principal objetivo desta pesquisa, e, apesar de pequenas variações de tom e estratégia, este foi o tópico com maior convergência nos relatos das participantes: todas elas declararam usar uma abordagem conciliatória, didática e acolhedora para comunicarem seu feminismo durante suas atividades. Discuto assim então esse enquadramento em uma categoria única, apresentando as variações nos relatos como táticas diversas da mesma abordagem estratégica.

8.2.6.1 Evitamento de confrontos e didatismo

As plataformas de redes sociais em convergência com a misoginia das comunidades *gamers* hegemônicas leva as *streamers* de jogos digitais a diminuírem e controlarem rigidamente a própria visibilidade com o objetivo de evitarem ataques pessoais e assédios em massa. Portanto, não foi surpreendente ouvir os depoimentos de todas as participantes dessa pesquisa sobre evitarem ativamente confrontar discordantes para defenderem seu feminismo. Por outro lado, elas também foram unânimes em sustentar seu posicionamento político abertamente, o qual procuram demonstrar por meio de ações e discursos durante suas lives.

Gabriela chamou essa prática de “naturalizar o feminismo”. Na sua abordagem, ela consiste em falar sobre a presença feminina na indústria de jogos digitais de forma cotidiana, ressaltando suas conquistas e, procurando assim, demonstrar que mulheres são parte corriqueira e vital deste mercado. Gabriela considera essa tática mais saudável para sua saúde mental do que entrar em

disputas sobre a relevância das mulheres na cultura *gamer*, além de acreditar que assim está fortalecendo a presença feminina no cenário.

Antes eu fazia muito matéria, falar sobre X, y, Z, nananana (se referindo aqui a reportagens que denunciavam casos de machismo). Hoje eu tento naturalizar, ao invés de falar ah conheça a jogadora feminina da Australis, de FIFA, não! Conheça FIFA! Conheça Teca, a brasileira contratada pela Australis de FIFA, ela é a única brasileira da equipe da Australis, que é uma organização incrível de esportes eletrônicos e ela é a única BR de lá, entendeu? Pô! Olha só. Então, a naturalização hoje em dia eu acho que ela é mais importante no mercado feminino, porque no LGBT eu estou começando de novo a bater, olha só, LGBTIAPN+ porque ainda assim, 2024 e a gente não está falando tanto sobre pessoas LGBT, mas sabe, no mercado eu acho que a gente precisa colocar esses ícones lá em cima, porque senão a gente vai continuar falando sobre quem? Sobre o Kami no League of Legends, que já foi cancelado 5000 vezes e ainda por cima tem 1001 chances, porque acho muito engraçado isso, porque é sempre assim também. Ele é o quê? É um homem, branco, só não é hétero porque além de tudo, também é bolsonarista e ainda recebe muito mais atenção de muitas do que muitas outras mulheres que poderiam tá tendo.

Então é podcast com ele, é entrevista na Globo, etc. Sendo que poderia ser mulheres, ou então se não mulheres também PCD, pessoas não brancas. Mas não vamos lá falar sobre o grande ídolo do passado que ninguém mais lembra e que foi ainda por cima xenofóbico. Um sabor, né? Então, nesse momento de comunicação do feminismo eu estou de naturalização. Não sei se é o certo, mas é o que eu tenho cabeça para fazer, porque eu não estou mais com cabeça para fazer absolutamente nada além disso.

Eu sei que pode parecer egoísmo, mas eu entendi que eu preciso estar viva antes de tudo e que se eu fosse continuar nessa eu não, não ia aguentar, não ia aguentar, porque infelizmente eu acabei tornando isso a minha meta, meta de vida, sabe? Levar o lado profissional tão a ferro e fogo assim que eu coloquei isso como meu grande objetivo. E aí, o que você faz quando você percebe que o seu objetivo... não é palpável? Difícil. É isso (Gabriela).

Além da proteção à própria saúde mental, Livia vê o evitamento de confrontos diretos como uma abordagem estratégica para tornar o feminismo mais palatável a um público hostil, como homens *gamers*. Embora ela não concorde que feministas mais vocais são “má feministas”, declarando que acredita que um posicionamento mais assertivo tenha seus benefícios, suas preocupações refletem uma consciência da divisão entre *streamers* feministas mais e menos aceitáveis, conforme mapeado por Cullen (2022), ajustando sua abordagem de modo a se defender dela.

Inclusive, eu estava no *Twitter* agora mais cedo e estava meio assustada com essa onda mais recente e mais fervorosa de ódio contra as mulheres né, que tem acontecido. E só que eu sei o meio que eu estou inserida e como eu não gosto de dar murro em ponta de faca, todos os meus posicionamentos políticos na live eles são mais mostrados através de atitudes e linhas de raciocínio do que de rótulos, porque eu sei que rótulos afastam as pessoas ignorantes, que na minha visão são a maioria. Assim, as pessoas não conhecem a fundo certas questões, e é aí quando vem o rótulo, já fica Meu Deus, né? Esses dias apareceu um menino na live né, eu conversando e tal, ah, mas você é feminista? E sempre que me perguntam diretamente eu falo eu sou. E isso assusta muita gente na live muitas pessoas ficam surpresas porque eu tenho uma postura muito tranquila. Eu sou uma pessoa pacífica, sabe? E muitas vezes relacionam militância e visão política como briga de fato, posicionamentos, com briga. E eu gosto muito de trazer meus posicionamentos sem briga. É especialmente estratégico para mim até, tomo um cuidado especial para não levar para esse lado, para angariar mais seguidores para (rindo) o feminismo no caso também, entendeu? Não só para mim, porque com certeza, como profissional, eu acho mais...

Mas... não sei se é mais positivo, porque as pessoas que se posicionam ferrenhamente elas também têm os seus benefícios de quem pensa daquela mesma forma né. Mas eu acho que é um caminho de tolerância que eu acredito mesmo pessoalmente, que seja o melhor jeito da gente ir evoluindo como sociedade. Então, sobre feminismo, a gente fala sobre os assédios que as mulheres passam. Eu já contei o meu próprio caso de assédio algumas vezes na live, já compartilhei, sempre compartilho essas dores de... de... de ter que me preocupar em não ter minha imagem sexualizada. E isso eu sou muito feliz de ter conseguido fazer (Livia).

Raíssa entende que estar presente na comunidade *gamer* como uma *streamer* mulher, negra e feminista, já é um ato político por si só, e acredita em uma abordagem que traz pautas feministas no contexto de seu cotidiano na medida em que expressa rotineiramente suas visões de mundo em seu canal, uma abordagem que tem aproximações com o que Gabriela chama de naturalização do feminismo. Ela não abre mão de expressar seus posicionamentos e defende a responsabilidade das influenciadoras, mas ainda assim questiona se faz uma militância ativa o suficiente. Esse tipo de dúvida é também identificável nas falas de Gabriela e Livia, citadas acima.

E... em relação assim, em relação às minhas estratégias para comunicar meu feminismo. Assim, a minha própria existência, ela já é uma existência política, sabe, por exemplo, eu ser uma mulher negra que fala sobre games, uma mulher negra que fala sobre um console e uma plataforma que sim, é elitizada... É uma coisa, é um ato político que eu faço dentro dos games. Então, assim,

naturalmente, dentro das lives que eu faço, eu dou minhas opiniões, eu falo com as pessoas sobre as coisas que eu penso nas redes sociais também eu exponho sobre meus pensamentos sim, exponho, falo. Eu trago o feminismo e trago essas pautas abertamente. Sim, talvez eu não traga assim de uma forma tão... Talvez eu não faça uma militância tão ativa. Talvez mais a minha militância assim, mais a forma como eu, como eu acho, já faz tipo, as pessoas já sabem que ela fala sobre isso, ela fala sobre aquilo, não sei o quê, sabe. As pessoas quando entram no meu canal elas já sabem meus posicionamentos, então assim, não tenho muito o que esconder. E é uma coisa que eu não vejo tanto dentro das comunidades de games e principalmente dentro da comunidade de que faço parte. Poucos são os que se posicionam politicamente, são os que se posicionam nesses meios e principalmente as mulheres. Eu vejo que as mulheres não se posicionam tanto assim, é a visão que eu tenho acho que as mulheres se posicionam pouco. Entendo o motivo porque tem a questão de hate, o pessoal ataca mesmo, e tudo. assim. Às vezes pode ser um hate chato, podem ser coisas chatas que acontecem, situações desconfortáveis que acontecem, mas se a gente... assim, é a minha visão, pelo menos da forma como eu trabalho, se eu não me posiciono, eu estou sendo conivente com as coisas que tem acontecido, sabe? (Raíssa)

Ana também articula sua comunicação do feminismo por meio de práticas do cotidiano de *streaming* que demonstrem seus valores, como a de abordar questões políticas com seriedade, apoiar outras *streamers* mulheres trans e pessoas LGBTQIAPN+ e não consumir jogos que considere degradantes para estas minorias.

Eu vejo que que essas outras mulheres se comportam aqui dentro porque elas têm que bombar, e eu tentar não seguir essa linha de ser sempre a palhaça, de ser a que tá... não tá falando sério, está sempre zoando, que está sempre na chacota, querendo viralizar, querendo virar meme. E para mim isso é uma parte disso, de comunicar como eu não gostaria de ser vista, pelo menos, não que seja um problema, como eu falei, mas eu acho que quando você é só aquilo, acaba que as pessoas não vão te levar a sério, infelizmente, quando você é só essa pessoa da palhaçada.

Eu tento, mas tem uma dificuldade muito grande Bia de... Primeiro: Na verdade não tenho dificuldade com isso de acompanhar. Acompanhar o máximo de mulheres, inclusive a maioria das *streamers* e das criadoras de conteúdo na internet e na *Twitch*, principalmente, que é a minha plataforma são criadoras de conteúdo mulheres e em sua maioria elas são mulheres trans, né? E eu acho que eu apoiar e incentivar, e não tô nem assistindo, às vezes eu nem... por exemplo LoL, eu não jogo, não gosto de LoL, mas tem uma criadora de conteúdo que ela começou agora ou que ela faz conteúdo de LoL e eu não estou fazendo nada, eu vou lá e eu ligo minha TV e eu deixo rodando lá para dar um view para ela para rodar o comercial e ela ganhar uma grana com o comercial para trazer dessa forma, sabe?

E eu acho que também comunicar dentro da internet, me posicionar como uma mulher transfeminista é, por exemplo, eu não jogar um jogo do Harry Potter, um Hogwarts Legacy, para mim, eu acho que isso mostra também que você... Que há valores que são inegociáveis e que eu não abro mão deles por conta que tá hypado, porque é um jogo hypado, que tá todo mundo jogando e dando view e está criando conteúdo... Não, não, quero desculpa. Não, não, não, não. Ah, mas nossa, mas fizeram lá, você pode fazer pessoas não binárias, mas tá, e aí, como é uma pessoa não binária então? Como que você enxerga uma pessoa não binária, como que isso vai mudar? Como que eu faço essa pessoa não binária no jogo? Qual é... ah dá para criar pessoas trans? E as pessoas trans, elas são de um único jeito também, sabe? Entende?

São pequenas coisas que essas... E eu percebi que muitos *streamers*, inclusive LGBTs, que eu deixei de acompanhar, alguns que eu fiquei até decepcionada, começaram a... começaram e jogaram, e essas pessoas elas iam encontrando justificativas para jogar o Hogwart's Legacy. Ah não, mas tem pessoas trans. Ah não, mas tem isso. Ah, mas é aquilo. E aí eu lembro que chegou a um ponto que a galera começou a falar, se articularam de uma forma para tentar justificar que estavam jogando o Hogwart's Legacy que eles começaram a falar: Vamos, a gente vai fazer aqui uma live e todo, todo donate que eu receber nessa live, todo pix que eu receber aqui nessa live vai pra, enquanto eu jogo Hogwart's Legacy, vai para instituição Casa 1 não sei o quê não sei o quê. Poxa, por que então que você não faz isso com outro jogo? Não precisa você jogar o Hogwart's Legacy. Inclusive *streamers* grandes e outros jogos até mais famosos, The Last of Us que eu já vi você jogar... Por que você não fez isso quando você estava jogando The Last of Us para arrecadar o dinheiro? Manda lá para Casa 1, para Casa Nem, para casa de acolhida que fosse? Por que você tá tentando justificar essa sua vontade, essa sua idolatria por uma coisa tão que já foi, sabe?

(...)

Mas eu ia falar assim, o jogo recente que saiu da menina que foi a maior polêmica, Stellar Blade, Stellar Blade foi a maior polêmica e tal, eu acho que eu não teria nenhum problema se tivessem mulheres envolvidas na construção... ou se a maioria fossem mulheres fazendo aquele jogo, mas sabendo que, a maioria dos desenvolvedores pipipi popopô são homens (...). A gente tem esse jogo que ainda tá nesse lugar da extrema sexualização do corpo feminino, da mulher, da corpulência, que eu acho que você pode, quando você olha um jogo desses, você, você mulher, você pode entender de duas formas e eu não estou dizendo que vai haver uma correta e uma nenhuma errada, tá, Bia, mas você pode olhar esse jogo e pensar: hum será que eu posso jogar e tentar de alguma forma ressignificar ele? Eu como uma mulher jogando e tentar extrair algo bom e legal daqui? Ou eu posso, por outro lado, sei lá, simplesmente não jogar, evitar, boicotar? Não, não quero jogar esse jogo. Acho que ele sexualiza o corpo, os corpos femininos, ele e ele me agride porque não, não me vejo assim. Não me entendo assim. Não é um corpo real. Porque aquilo também não é um corpo real, não pode ser. Então vou boicotar, não quero e ponto. Tá aqui. Vai para essa caixinha aqui, a caixinha do boicote (Ana).

Ana também relatou evitar confrontos e tentar uma abordagem mais didática e conciliatória, procurando educar em vez de mutar ou confrontar agressores.

Não muto, mas geralmente eu respondo e falo tipo... não é que eu não entro em conflito, mas eu tento trazer num lugar menos de uma má resposta, de um ataque, e eu falo tipo assim opa, esse comentário que você fez não foi legal, eu acho que esse comentário não é o tipo de comentário que eu quero aqui na minha live não faça mais esse comentário, é mais assim que eu me posiciono, sabe? De tipo: ei fulano de tal não diz isso, olha que coisa feia você está o que você está falando, não é por aí. É quase como eu num lugar de tipo assim ei vem cá, ei amigo, olha, veja só isso que você disse é machista. Tente refletir sobre isso. Mas conheço algumas meninas que eu acho que elas são mais incisivas assim, de tipo, olha aqui, cala sua boca seu merda, seu bosta, eu vou te bloquear e te dar ban. Tudo bem. E é isso também sabe? Mas cada uma encontra uma forma de se comunicar com seu público e de abordar. E sabe também como abordar né? (Ana).

A abordagem didática aparece muito claramente também nas falas de Rafaela e Manuela, ambas com relação direta com atividades educativas (Rafaela como professora e Manuela como pesquisadora). Para Manuela, usar a *expertise* de pesquisadora é uma forma de manter seu posicionamento feminista, mas mostrá-lo de uma forma menos pessoal, contextualizado pelos trabalhos de outros estudiosos. Rafaela acredita que a abordagem didática e acolhedora é mais gratificante e eficaz do que responder a ofensas e conflitos de forma muito reativa.

Educar em vez de confrontar tem efeitos positivos visíveis pelas participantes, que relataram alguns episódios nesse sentido. Porém, com a hostilidade do público *gamer mainstream* contra mulheres feministas e com a insegurança nas plataformas, esta é uma estratégia que acaba sendo unânime no recorte aqui analisado por ser praticamente a única possível sem atrair ataques contra as influenciadoras. Sarah é a participante que reconhece isso mais abertamente, declarando inclusive só se sentir segura para exercer essa função mais didática do feminismo por meio de suas reportagens sobre o tema, fora de plataformas, em *sites* de notícias moderados pelos seus colegas de trabalho.

A impossibilidade de adoção de posturas mais combativas por mulheres *gamers* também acaba por afastar essas profissionais de alguns formatos de criação de conteúdo, como debates, limitando ainda mais a participação feminista nas redes sociais e favorecendo influenciadores homens, menos vulneráveis, neste tipo de produção ativista.

8.2.7 Plataformas

As entrevistadas falaram sobre os serviços de *streaming* e de redes sociais de forma majoritariamente negativa. Além das críticas às ferramentas de segurança, a falta de transparência da curadoria algorítmica e o favorecimento de pessoas que já têm muita visibilidade e influência na plataforma foram pontos trazidos pelas *streamers*.

8.2.7.1 Reforço do status quo

As participantes compartilharam o tom incerto ao falarem sobre como acreditam ser o funcionamento dos algoritmos de indicação nas plataformas de *streaming*, já que essas ferramentas não têm seus parâmetros amplamente divulgados ao público e aos seus usuários⁷¹. A forma mais acessível de tentar entender os critérios de curadoria destes serviços é por meio da observação e da tentativa e erro.

Alguns parâmetros são conhecidos pelas criadoras de conteúdo pela sua repetição entre diferentes plataformas, como a periodicidade nas postagens, já que para as plataformas o volume de conteúdo produzido é importante na manutenção da atenção dos seus usuários, e conseqüentemente no seu engajamento com anúncios veiculados. Porém, produzir de acordo com essas métricas não é acessível para influenciadoras que precisam conciliar esta atividade com outras funções, o que muitas vezes resulta em frustração, como mostra o trecho da entrevista com Manuela, a seguir:

Eu passei uma época tentando, eu tenho calendário, mas eu nunca consigo cumprir, porque, enfim, a vida me obriga a ter outros compromissos durante a noite e aí, conseqüentemente, minhas visualizações são bem baixas mesmo, sabe? Isso até me desestimula um pouco, mas enfim, no momento não tem muito que eu possa fazer (Manuela).

⁷¹ Ocasionalmente, algumas dessas empresas fazem apresentações fechadas ou disponibilizam materiais para seus criadores mais relevantes, divulgando alguns parâmetros e boas práticas para conseguir mais visibilidade em suas infraestruturas. Porém, essa é uma prática esporádica e depende totalmente da disponibilidade da plataforma e da boa relação entre influenciadores e seus representantes.

Se a visibilidade é favorecida pela constância e volume das publicações, para ser visível é preciso dedicar muitas horas ao trabalho de *influencer*, o que na maior parte das vezes só é acessível para criadoras que já têm visibilidade o suficiente para conseguirem fazer desse trabalho seu principal meio de sustento. Sarah falou sobre suas impressões em relação a esse tipo de reforço no favorecimento a quem já têm bom desempenho pelas plataformas:

Eu vou falar pela *Twitch* porque o *YouTube* eu não uso, mas a *Twitch* eu acho que de forma... não é só para criadores de conteúdo. Eu acho que para criadores de forma geral, mas especialmente para os mais marginalizados. Tipo criadoras, criadoras mulheres, pretos, indígenas... Eu acho que tem uma barreira maior. Eu não sei explicar muito bem, mas eu sinto que muitos conteúdos dessas pessoas em específico, dessas minorias, eles já não são tão divulgados, não aparecem tanto na home da *Twitch*, a própria *Twitch*, na verdade, ela tem uma falha enorme em como essas comunidades conversam entre si e como ... como eles, como eles mesmo fazem propaganda desses canais, porque os canais que aparecem na home ali em destaque na página principal da *Twitch*, geralmente são canais de parceiros de... Canais grandes, que estão com uma audiência já muito grande e teoricamente já não precisam estar na home da *Twitch*. Ao invés de ser um espaço que, tipo, não, vamos promover aqui uma galera que sei lá, está começando, primeira semana, sabe? E então eu sinto que pra minorias em especial, existe um abismo muito grande em como essas plataformas promovem esses conteúdos. Essa plataforma eu digo *Twitch* porque é a que eu uso e que eu convivi mais tempo. Existe um abismo como essa plataforma em específico divulga as criadoras e principalmente as que estão começando, que precisam de mais apoio. E acho que é isso. Não sei muito mais o que falar, mas eu sinto, pelo menos na minha bolha, na minha realidade assim, que minorias são menos divulgadas (Sarah).

As impressões de Sarah sobre a curadoria de canais exibidos na *home* da *Twitch* confirmam as observações de Dallegrave, Pase e Fontoura (2022) sobre os critérios masculinos, brancos e cisheteronormativos para a exibição dos destaques na página. Rafaela tem a mesma opinião sobre estes parâmetros, adicionando também a questão do etarismo a eles. Quando perguntei se ela adotava alguma prática específica na produção de seu conteúdo visando melhorar seu desempenho no algoritmo da *Twitch*, sua resposta refletiu sua percepção das limitações neste sentido.

Olha, eu não ligo para isso. Eu não estou preocupada em, por exemplo, tem alguns jogos que chamam muito mais a galera que bomba teus *viewers* assim número tal. Eu não me sinto qualificada, a

real é assim, eu não me sinto qualificada para fazer esse tipo de coisa Beatriz. Então, assim, eu não tento, mas eu posso dizer por que, por exemplo, esse ano, ano que vem não, este ano eu estou completando 40 anos. Eu vejo uma diferença, inclusive de tratamento, tá, dentro da plataforma, porque existem, e eu já sou uma parcela super pequena que é a parcela parceira, então a gente já tem, eu já estou num ponto muito privilegiado, tá, eu tenho... Eu tava até olhando isso aqui agora para falar para você, eu tenho no momento de média 160 pessoas por live. Isso é dentro da própria *Twitch*, tipo 0,0%... Isso me bota mais perto do Alanzoka, que tem 20.000 pessoas assistindo do que a grande, o grande grosso da plataforma. Então assim, eu também estou num lugar muito privilegiado, né?

Mas, eu percebo na própria plataforma tá, que o interesse de fazer publicidade, de aparecer no perfil oficial, de fazer algumas ações, são de pessoas muito novas e de cara muito jovem. Então é uma coisa que eu converso, inclusive com outras pessoas, homens e mulheres que se identificam como homens e mulheres que nós, mais velhos, a gente tá num ai, que bonitinho, senta lá, tá? Então, assim eu já sinto uma diferença, para mim o problema não é só ser mulher, me identificar com uma mulher cis, para mim é me identificar com uma mulher cis e mais velha. Isso também pega, tá? Então eu percebo assim, no dia a dia que as caras... se você abriu o, por exemplo, o Instagram da *Twitch* Brasil, é só cara de gente muito nova sim, tá, não tem cara de gente mais velha não, apesar de nós termos *streamers* aí, tem *streamers* da terceira idade. Que são incríveis, legais, eu assisto, eu acho superdivertido, mas eles não aparecem, por exemplo, nas publicações e publicidades da *Twitch* BR. Então existe sim uma diferença também nesse sentido. Tá? (Rafaela)

Raíssa está em processo de migração da *Twitch* porque também acredita que a plataforma favorece apenas quem já tem muitas visualizações, limitando a possibilidade de ser descoberta por outros públicos por meio de outros critérios, como os tipos de jogos pelos quais se interessa. Ela também vê a falta de transparência nos parâmetros da curadoria algorítmica como uma fonte de frustração.

Mas hoje em dia eu tenho me dedicado mais ao *YouTube* e tenho me dedicado mais também a entender e a trabalhar melhor no *YouTube*. O *YouTube*, assim eu vejo que a estratégia de descoberta é um pouco diferente da *Twitch*. A *Twitch* depende muito do número de espectadores que você tem e o *YouTube* é mais pelo jogo. As pessoas te descobrem pelo jogo que você está jogando. Por exemplo, recentemente eu joguei Luigi's Mansion 2 e eu vi que as pessoas... tinham várias pessoas novas chegando no meu canal, por que elas devem ter pesquisado sobre o Luigi's Mansion 2, devem consumir conteúdos de Nintendo e viram ali no meu canal que eu estava fazendo live de Luigi's Mansion 2. Então, assim, a descoberta foi mais por esse ponto. Mas eu ainda estou tentando entender como é que funcionam as métricas de *YouTube*. É uma plataforma que eu

quero me dedicar mais a trabalhar nela. A *Twitch* eu já hummm (faz uma careta indicando desgosto). Como a *Twitch* depende muito de espectadores e a média de espectadores é alta... E além disso, existem métricas que são ocultas porque, eles falam que você tem que ter média de 75 espectadores, tem que tem horas assistidas e tal. Mas tem gente que bate essa meta todo mês e não consegue a parceria. Então tem algumas... Tem alguma coisa ali oculta que eles não explanam, eles não falam, que infelizmente assim, que infelizmente isso torna até cansativo para as pessoas que estão que estão prestes a conseguir a parceria ali dentro da plataforma. (...) Não é fácil de entender, infelizmente. Assim, os algoritmos, a forma como as plataformas usa seu algoritmo para descobertas é muito obscura. E além disso, da *Twitch* eu já meio que larguei de mão, assim, na *Twitch* eu faço mais porque é a plataforma onde a maioria das pessoas ainda me conhece, é a plataforma, a maioria das pessoas ainda me acompanha (Raíssa).

Para Gabriela, o reforço de certos padrões hegemônicos pelas plataformas agrava a precarização dos influenciadores como trabalhadores. Ela disse preferir o TikTok porque acredita que ele oferece uma curadoria mais focada nos seus interesses do que nas métricas de audiência dos criadores recomendados.

É muito complicado, né? Porque se a gente for observar bem, no final das contas, qualquer pessoa que tivesse que fazer um conteúdo orgânico, ou seja, que não tem ali um pagamento de uma marca para que aquilo seja feito, você está trabalhando de graça para Facebook, para o Instagram, para o *YouTube*, etc. E isso é muito doido porque existe uma glamorização da parte de produção de conteúdo que você fala diretamente com o público e não, na verdade você está gastando horas e horas da sua vida trabalhando, achando que isso é hobby, porque isso foi vendido para a gente também, que é hobby e não é hobby. A real é que hoje em dia, pelo menos para redes sociais, eu trabalho com as minhas redes sociais por obrigação. Eu não gosto de rede social. A única rede social que eu gosto é o TikTok. Por quê? Porque o TikTok não tem nada a ver com nada. Eu vou... E aí eu vejo a Grécia antiga. Ótimo (...). E, ao mesmo tempo, como é que você vai culpar o influenciador para simplesmente ir e fazer o que a galera dele, do público dele está esperando? No geral, eu acho que os influenciadores, por mais que eles ganhem bastante disso, eles também são, e muito, vítimas desse sistema que a gente vê de redes sociais, que são plataformas completamente viciantes. Elas fazem um sistema de UX que deixa a gente ali vidrado e ainda por cima faz com que você faça conteúdo de graça para ela. E você tem esse endeusamento da plataforma a nível de que muitas pessoas não investem em plataformas diferentes. Então, quando acontece com o que aconteceu com o *Twitter*, que um bilionário que não tem manejo algum para negócios, etc. Muda completamente a plataforma, um influenciador que está ali só no *Twitter* se quebra, não sabe fazer outras coisas, não tem outros lados para construir. O trabalho de influenciador é muito incerto, muito incerto e traz... E essa incerteza traz um nível de ansiedade e que acaba também

gerando depressão nesses criadores de conteúdo absurdo e que não se discute o suficiente. Por quê? Porque marca não gosta de gente triste. Então, mesmo influenciadores que queiram falar suas realidades, que queira falar como eles estão, etc., ainda por cima não podem falar a verdade porque tem marca que não gosta (Gabriela).

Raíssa declarou que sem o coletivo de *streamers* negros que a apoiou no início da carreira, teria tido muita dificuldade de se estabelecer na área. O fato de que as plataformas, especialmente a *Twitch*, privilegiam pessoas já alinhadas ao status quo é um desafio a mais para mulheres feministas *gamers* que desejam se estabelecer como criadoras de conteúdo, e, de acordo com as participantes, estratégias como coletivos, *raids* de apoio e indicações são essenciais para crescerem neste meio.

A *Twitch* ela é péssima assim, para escolher, para mostrar novos *streamers*. Se não fosse pela Wakanda *Streamers*, se não fosse pela visibilidade que ela deu aos criadores de conteúdo pretos a situação seria muito pior, muito, muito pior (Raíssa).

8.2.7.2 Ambivalência com as métricas

Com a percepção de que as plataformas não são transparentes em relação a curadoria de influenciadores, e que elas tendem a favorecer criadores que já são favorecidos pelas estruturas sociais, as *streamers* entrevistadas declararam ter uma relação ambígua com as métricas de engajamento. Elas reconhecem sua importância, mas procuram não deixar que sejam determinantes nas suas escolhas, procurando adotar apenas práticas que entendem fazer sentido para suas personas públicas e gostos pessoais. Sarah, por exemplo, falou sobre como entende a adoção de trends⁷² no contexto de seu trabalho.

Tô pensando aqui se eu já fiz algo do tipo... às vezes, sim... por exemplo, tem, tem algumas trends, que os jovens chamam trend, que eu acho legal e às vezes eu tenho vontade de criar conteúdo baseado nisso, sabe? Mas eu acho que é mais nesse sentido. Assim, de tipo, de me converter o algoritmo dessa forma, entrando em modinhas que a galera cria na internet e fazendo algo parecido

⁷² Trends (tendências, em português), é um termo usado para descrever postagens com temas e conteúdos semelhantes que viralizam e passam a ser reproduzidos por usuários de redes sociais em um curto período de tempo, de forma a aproveitar a visibilidade sazonal do algoritmo.

também para chegar em mais pessoas. Mas eu diria que na maioria das vezes eu acho que não. Eu não adapto não. Eu continuo falando meio que do meu jeito. Se estou fazendo errado ou não, só o tempo dirá (Sarah).

Lívia contou que faz um acompanhamento mais próximo das tendências da *Twitch* para entender quais jogos pode jogar para atrair interesse do seu público. Porém ela não faz o mesmo trabalho com outras redes, especialmente com o Instagram, onde sente que o apelo da imagem é maior e, assim, o potencial de exposição de sua aparência pode prejudicar o tipo de posicionamento que busca construir.

Tenho, tenho sim. Antigamente, quando eu comecei, o algoritmo da *Twitch* era bem zero mesmo, zero mesmo, era só você procurar, você só achava lá uma live procurando por a quantidade de view, era né, que é essa a forma que funciona a listagem da *Twitch*. Hoje em dia, com a página principal e com as indicações eu percebo algumas lógicas né. Às vezes outro streamer está jogando um jogo muito grande, se parte do meu público é compartilhado de lá e eu jogar aquele mesmo jogo aqui, dali alguns dias, ele pode ser recomendado para certas pessoas. Então sempre houve um pouquinho de olhar nessas coisas, mas isso falando da *Twitch*. Quando a gente fala de produção de conteúdo em outras redes, eu me importo muito menos, porque eu sei que é muito mais agressivo e a quantidade de visualizações não corresponde a quantidade de admiradores do seu trabalho, principalmente quando você é uma mulher e você coloca a sua imagem em jogo, porque é aquele clássico caso, sei lá, produtora de conteúdo, ah eu quero bombar aqui um pouco, vou postar uma foto de biquíni. Todo mundo sabe que uma foto com mais sensualidade, com mais sex appeal, essas coisas vendem, né? Só que aí eu sei que elas vendem, só que o que elas estão vendendo, que tipo de público que vai vir através daquilo. Então eu sou uma pessoa que eu prefiro muito mais ir nos meus passinhos de formiga para vender que eu sou, independente de eu ser mulher, eu acho que para mim isso acaba sendo um foco bem grande. (Lívia).

Outras participantes declararam não olharem para métricas por motivos diversos. Ana, por exemplo, falou sobre como não ativa a visibilidade dos números de sua audiência durante as transmissões para não se sentir ansiosa com eles, e reiterou que evita trends porque sente que não seria autêntico adotá-las. Rafaela, como citado no tópico sobre reforço ao status quo, sente que não está qualificada para adotar práticas voltadas para o engajamento porque será automaticamente discriminada por conta de sua idade. Manuela entende que sua periodicidade é uma questão, mas, como não consegue encontrar mais espaço na sua agenda diária para *streamar*, se adaptou a fazer lives como *hobby*, sem pretensões de

crescimento. Raíssa desistiu da *Twitch* e está tentando plataformas em que vê os parâmetros de forma mais positiva; Gabriela se sente trabalhando nas redes apenas por obrigação.

De forma geral, as participantes convergem em reconhecer as métricas como uma questão importante e em tentar encontrar alternativas pessoais para gerenciá-las. Por outro lado, é possível identificar também um sentimento de certa indiferença em relação a elas, por entenderem que não fazem parte do segmento mais privilegiado pela infraestrutura algorítmica das plataformas. Assim, entendem que a meritocracia é limitada ou inexistente nas mesmas, se sentem mais livres para ignorar as suas regras, parcial ou totalmente. Esta percepção é bem ilustrada por este trecho da entrevista de Sarah.

Olha, a produção de conteúdo em si é um campo bem precarizado já, muita gente nesse meio ganha, quando ganha, ganha muito pouco. Para você ganhar mais, você tem que... eu não vou nem dizer se esforçar, né? Porque acho que já entra um pouco no... alguma pessoa pode pegar essa fala e distorcer para o campo da meritocracia. E não é isso, porque você tem que também dar muita sorte, existe o fator do algoritmo, existe o nicho em que você está inserida. Você tem que dar muita sorte de tipo, não, essa pessoa aqui que entrou para fazer conteúdo pra gente, ela é legal, sabe? Ela manja.

Vou dar um exemplo de uma, de uma criadora de conteúdo que eu conheço que é a Cristal, que ela é... Ela é do Canadá, né? E ela... ela cria... Ela começou a explodir na época da pandemia, na *Twitch* e no *YouTube*, porque ela estava jogando todos os jogos de *Persona*, e é um nicho de um nicho, sabe? É um nicho dentro de outro nicho que já é o RPG, o JRPG, né? E aí ela veio para suprir essa galera, então ela explodiu nesse meio. Só que obviamente ela não ficou só no *Persona*, ela foi jogar outras coisas, ela jogou, começou a jogar *Yakuza*, começou a jogar outras séries de videogame grandes também, mas ela começou a expandir ali o escopo dela. E isso é muito legal. E aí hoje, por exemplo, eu sei que ela faz, ela faz parcerias com a Sega, por exemplo, faz com a Atlus. Vira e mexe, acho que a Capcom já fez parceria com ela também, e acho muito legal que ela atingiu isso, sabe, porque ela veio ali, ela começou ali, suprimo uma comunidade muito específica, mas ela conseguiu crescer em cima disso. Então tem tudo isso, né? Tem o contexto em que você está inserido, tem algoritmo, tem um nicho, tem a plataforma também, né? Porque se a gente for falar de ganhar dinheiro na *Twitch*, só Deus, só Deus pela gente, né? *Twitch* não dá incentivo nenhum para criadora que está começando ali e você tem. E mesmo que você se mate de trabalhar ali, você ganha muito pouco na *Twitch*. Então é até uma plataforma que eu não recomendo para quem quer criar conteúdo em vídeo de stream, conteúdo ao vivo e está começando. Eu não recomendo ir para o *Twitch*, por exemplo (Sarah).

8.2.8 Comunidade *gamer*

A percepção de que a comunidade *gamer* é, em sua maior parte, um espaço excludente para minorias, é unânime entre as participantes. Usando termos como “toxicidade” e relatando casos de agressões machistas ocorridos com elas e outras pessoas, as entrevistadas falaram sobre atuar em um espaço pouco acolhedor, em que precisam constantemente adotar estratégias defensivas visando a própria segurança e bem-estar.

8.2.8.1 Hostilidade às minorias

Já foram aqui apresentadas percepções de discriminação das *streamers* participantes desta pesquisa referentes ao mercado de trabalho na indústria de jogos digitais, à objetificação das mulheres neste meio e à vulnerabilidade das criadoras de conteúdo deste nicho. As *streamers* entrevistadas entendem a hostilidade da comunidade *gamer* às minorias sociais como uma premissa que estrutura todas as suas atividades como criadoras de conteúdo. Mesmo Ana, cujo público é primariamente LGBTQIAPN+, acredita que a misoginia se mantém como uma questão presente em seu trabalho, mas no seu caso específico manifestada principalmente por homens cisgêneros gays. As percepções das participantes vão de encontro ao referencial teórico sobre questões de gênero na cultura *gamer* aqui apresentado.

Estra hostilidade, combinada às dificuldades presentes nas plataformas digitais, torna difícil a permanência de mulheres neste meio, como mostra a fala de Sarah sobre ser uma sobrevivente. A motivação das participantes em continuar suas atividades passa muitas vezes pela vontade de construir um espaço de acolhimento em meio à hostilidade das comunidades *gamers*, como pontuado por Raíssa e Rafaela.

8.2.9 Comunidade de fãs

Assim como sua visão da comunidade *gamer*, as percepções das *streamers* sobre as suas próprias comunidades de seguidores foram unânimes. Porém, elas seguiram uma direção oposta: enquanto consideram o público de jogos digitais como hostil às minorias, todas as participantes enxergam o próprio público como acolhedor e inclusivo. O motivo deste contraste é, segundo as *streamers*, um trabalho de moderação intenso, exercido pelas mesmas e suas equipes.

8.2.9.1 Espaço seguro pela moderação e transparência

A relação das entrevistadas com o próprio público é bastante harmoniosa, conforme relatado por elas durante as entrevistas. Para conseguir esse tipo de ambiente saudável, as *streamers* destacaram o trabalho da moderação e os esforços em manterem seus posicionamentos firmes, mesmo quando evitam conflitos diretos. Assim, com o tempo, elas acreditam que foram selecionando e acostumando os próprios seguidores de forma que eles absorveram suas práticas e passaram a se autorregular. Lívia, por exemplo, comparou sua comunidade de seguidores a uma família, e contou sobre sua prática de afastar agressores por meio do humor.

Então na comunidade tem, tem uma pegada sim, muito de família, de gente unida mesmo. E sempre foi assim e fui construindo bem aos pouquinhos pessoas bem queridas ali. E hoje nenhum assédio passa imune de sofrer um bullying vindo da própria comunidade, entendeu? No fim, muitos assédios acabam virando meme (Lívia).

Rafaela também falou sobre a autorregulação de sua comunidade, destacando como seus seguidores ajudam com o trabalho de moderação por já estarem familiarizados com o seu funcionamento. Ela também vê de forma positiva a forte presença feminina no seu público, que é diferente do de Lívia (predominantemente masculino).

Eu brinco que é uma comunidade que se autorregula, sabe? Tem as próprias pessoas que estão no chat, falam assim calma, ela tá brigando lá, daqui a pouco ela te responde ela já viu, né? Se ela não olhar, as moderadoras fazem muito isso. Olha, se por acaso ela não viu, a gente copia e cola, não tem problema. Então assim a comunidade me ajuda também muito, tá? E outra coisa também que eu acho que é eu sou particularmente muito orgulhosa disso: Eu vejo

muita gente que se identifica como mulher no meu chat, é bastante grande, a gente fez uma pesquisa que na realidade não é uma pesquisa, tem a pesquisa da *Twitch* que a gente pega os dados direto da *Twitch*. Mas eu fiz também um lance pelo Google para ver as pessoas que estavam ativas no chat mesmo, sabe?

Então galera, vai clicando e a galera compra muito isso assim eu gosto bastante, porque eles fazem, eles respondem, eles adoram escrever coisa pra mim, e tem muita gente que se identifica como mulher, então eu acho que é... E dizem para mim que acham que é um espaço seguro. E muita gente do espectro LGBTQIAP+. Então, quando chega uma galera meio esquisita, a comunidade se autorregula, tipo wow, baixa a bola aí, wow olha como você está... como você está sendo grosseiro com fulano. Ó, você está chamando a pessoa de pronome errado. A galera mesmo se fala, sabe? Então, às vezes, Beatriz, nem eu preciso falar. Então isso é uma coisa que me deixa feliz também, porque eu sinto real que tipo tá, tá funcionando (Rafaela).

Sarah destacou de forma positiva ter uma comunidade bem balanceada em termos de gênero e faixa etária. Tanto ela quanto Rafaela estão em uma faixa etária acima dos 30 anos de idade, diferente do perfil mais jovem privilegiado pela *Twitch*.

Eu sinto que a comunidade que eu criei, as pessoas que eu alcancei até através de aparições, essas coisas, sabe, eu sinto que está bem equilibrada. Tem bastante meninas que aparecem no meu chat da *Twitch*, por exemplo, às vezes, talvez o jogo não interesse tanto para o gênero feminino, então eu sinto que aparecem mais meninas comentando pelo menos, tipo falando lá e tal, mas assim, eu sinto que está bem equilibrado em tanto em faixa etária quanto em gênero (Sarah).

A moderação é central na manutenção de bases de seguidores harmoniosas, e os moderadores em geral fazem parte da comunidade de seguidores da *streamer*. No caso de Manuela, que foca suas lives em uma comunidade pequena e nichada, ser moderador é uma forma de apoio para os *streamers*, que compartilham esses serviços entre si.

Manuela: Eles (moderadores) sempre aparecem eles tipo, eles não estão durante 100% da live, até porque minhas lives são de noite, então tem uma que ir dormir mais cedo. Mas tem outro que está sempre lá pelo menos aberto, mas assim eu não cobro deles, ah eu preciso que você esteja prestando atenção nem nada. Só quando eu aviso eles ficam, mas geralmente eu deixo... até porque eu não pago eles nem nada, é mais tipo de amizade. Eu sou moderadora de uma galera e a galera modera para mim e essa é mais pra dizer que tem, sabe?

Eu: Tem um aspecto de comunidade na moderação também de vocês se apoiarem. Ah, isso é legal.

Manuela: Porque tá todo mundo, todos são amigos meus e tal. Então aí, como eu, tem muita coisa que eu não sei mexer. Eu sou meio leiga de questão de código da *Twitch*, de criar, enfim, setup, essas coisas. Eles me ajudam nessa parte também, mas não é nada assim profissionalizado nem nada. Não. (Trecho de entrevista com Manuela)

Rafaela descreveu algumas práticas de suas moderadoras, todas mulheres, para manter a fluidez e segurança no chat das *lives*: apagar imediatamente mensagens nocivas (muitas vezes aos próprios seguidores, como exposição acidental de informações pessoais), advertência a espectadores invasivos ou agressivos, monitoramento de perfis problemáticos, atenção a comentários que não foram respondidos devido ao fluxo da *live* (copiando e colando para que a *streamer* os veja em outro momento) e manutenção de diálogo constante para alinhamento.

Além da moderação, manter seus posicionamentos políticos claros é visto como uma forma de gestão de comunidade pelas *streamers* entrevistadas, já que esta prática seleciona um público mais alinhado às visões de mundo das influenciadoras. Raíssa enfatizou bastante este ponto de vista ao reiterar que, como pessoa pública, acredita ter responsabilidade em manter um posicionamento que seja claro com seus valores e crenças, sem endossar as agressões e discriminações que vê na comunidade *gamer*. Gabriela falou sobre não temer o cancelamento devido ao seu posicionamento feminista porque acredita que esse tipo de agressão ajuda a posicioná-la entre a comunidade e o tipo de feminismo que quer representar.

Então essa, essa. Esse pisar de ovos que os influenciadores têm que lidar hoje em dia, na criação de conteúdo com as plataformas, etc., é algo que acaba pegando muito, muito, muito. E também tem... Eu não tenho medo disso, porque não é um problema para mim, porque eu sei que se viesse, ele seria de uma causa muito boa, obrigada. Mas tem muito influenciador que tem muito medo também da questão do cancelamento. Isso não sei. Que deixe de fazer as coisas por medo de cancelamento, porque não fala, por medo de cancelamento, etc. e tal. E eu sei que qualquer tipo de cancelamento que viesse seria de um lado positivo para mim, porque viria de um grupo de extrema direita, sabe? Então isso já me aconteceu outras vezes. Não é um problema para mim, dane-se. Não tenho problema dos seguidores do Bolsonaro virem me encher o saco porque eu fiz um vídeo falando sobre política nos games, mas muitos outros influenciadores tem esse receio. E aí essa pressão psicológica pega muito, muito. E aí é por isso que também fica muito nesse feminismo branco, porque é a única coisa que é aceito. Então vamos falar de

feminismo, mas não tanto. Não vamos. Vamos só ficar nessa água rasa aqui, que não ajuda de nada (Gabriela).

As experiências das participantes na manutenção de suas comunidades de seguidores mostram que a construção de espaços saudáveis na internet é possível por meio de práticas como moderação intensa e completamente mediada por seres humanos e transparência na exposição de posicionamentos políticos e regras de convivência. Porém, essas abordagens são bastante diferentes do que é feito pelas plataformas hoje, que focam em moderação cada vez mais impessoal e automatizada e no favorecimento de criadores de conteúdo que se alinham às tendências de curadoria algorítmica, muitas vezes assim sacrificando o próprio estilo e opiniões. É notável que as práticas mais efetivas na construção de comunidades seguras são também as mais distantes da lógica de crescimento em larga escala das plataformas de redes sociais.

8.2.10 Colegas mulheres

O trabalho de criação de conteúdo é, na maior parte do tempo, solitário, porém a presença de outras mulheres é vital para a persistência das *streamers* feministas. Elas foram citadas pelas entrevistadas como inspirações, modelos inatingíveis, amigas, moderadoras, membros de coletivos e também rivais. Embora todas destaquem a importância de colegas em suas trajetórias, chama a atenção a informalidade dessas relações e a falta de organizações coletivas de mulheres *streamers* hoje, e algumas entrevistadas lamentaram a dissolução de grupos e organizações femininas que foram especialmente ativos por volta de 2015.

A rivalidade feminina também foi mencionada nas entrevistas, porém com menos ênfase do que as alianças e práticas de cooperação entre influenciadoras. Considerando o panorama das participantes desta pesquisa, o cenário parece mais colaborativo que competitivo, embora desmobilizado no sentido de práticas ativistas coletivizadas.

8.2.10.1 Competitividade

A entrevistada a falar mais extensivamente sobre rivalidade e competição entre profissionais no cenário *gamer* brasileiro foi Gabriela, que se encontra inserida

no circuito mais comercial da indústria, com acesso próximo a grandes marcas do setor. Ela também tem um tempo de carreira maior que as outras participantes, e já teve a oportunidade de observar as relações entre mulheres deste mercado em uma variedade maior de situações. Para ela, essa rivalidade existe como parte de um cenário onde a maior parte das manifestações feministas são estruturadas por ações de marketing, e onde as mulheres competem por visibilidade e contratos.

E a minha experiência com profissionais... Existem profissionais incríveis, existem profissionais super machistas. A questão que a gente tem hoje em dia é que virou importante por questão de *awareness*, de *marketing*, você trazer esse discurso da mulher das minas e que hoje em dia, a meu ver, é claro. Claro que eu, eu também gosto de... eu estou no momento em que eu estou... Eu não queria usar esse termo para o lado acadêmico, mas eu vou usar. Eu estou um pouco que cagando para certas coisas e agora eu estou fazendo as coisas. E é isso. (...) Então eu sinto que profissionalmente quem tá interessado em mudar isso são só as mulheres e olhe lá. Porque em muitas vezes eu vi, olhando de longe, como terceira pessoa, uma influenciadora fechando negócio com uma empresa de perfumaria e a outra que não foi chamada no projeto, ao invés de só ficar quieta, não quer divulgar, mas fica quieta, gata, fica quieta, sabe? Foi lá e fica falando mal do projeto, fica falando mal, sabe? Ou então a outra que sabe, vê uma situação e quer colocar a outra debaixo do busão. Vê que a menina é mais inexperiente e pega assim e aí já estamos ao vivo aqui justamente para ela cair, justamente para botar a outra debaixo do busão. E pra mim, o pior de tudo é que porque quando eu vejo que existem meninas que fazem isso e faz isso de propósito, eu sei que é lá uma mina zuada e eu sei que eu tenho que estar longe dela, mas e aquelas que não percebem e que fazem isso porque estão indo na onda da empresa, dos profissionais, não percebem e estão pouco a pouco minando a outra só para se sentir bem. Ou porque ela se sente tão insegura, tão mal naquilo lá que aí ela vai lá e fala mal da outra? Então, etc. Faz N coisas que faz... isso acaba comigo. Por quê? Aqui eu não tenho. Parece que não tem como você ganhar (Gabriela).

Ana também lamentou observar esse tipo de competição, especialmente entre mulheres LGTBQPIAN+, como outras *streamers* trans. Ela acredita que, por ser um nicho fechado, as pessoas da sigla competem entre si porque percebem que as oportunidades no segmento são mais restritas, de forma similar às motivações comerciais destacadas por Gabriela. Já Lívia falou sobre perceber o impulso para se comparar com outras mulheres como uma forma de rivalidade internalizada e sobre tentar superar isso por meio do cultivo de amizades femininas no meio. As três foram as únicas participantes a abordarem esse tema, e suas opiniões convergiram

no sentido de apontarem a competitividade como motivada por fatores estruturais e desvantajosa para as mulheres.

8.2.10.2 Alianças informais

Mesmo quando não fazem parte de coletivos formalizados, a importância de compartilhamento de experiências e práticas de apoio mútuo entre mulheres *streamers* foi mencionada nas entrevistas. Rafaela falou do grupo de *streamers* no Telegram como uma forma de dividirem informações sobre agressores e práticas de segurança. Lívia contou que conversar com outras mulheres foi importante para refletir sobre suas próprias experiências negativas na área, que muitas vezes acaba minimizando como uma forma de lidar com agressões.

Olha, a gente... Eu acho que assim, eu sempre me senti, por esse cuidado que eu tive, eu me sinto uma pessoa que sofre menos com essas questões. Mas ao mesmo tempo, eu não sei se eu sofro menos ou se eu dou menos bola porque teve aquela parada mais seletiva do meu cérebro. Porque conforme eu fui conversando, eu converso com outras mulheres sobre isso, a gente conversa bem frequentemente, porque sempre acontece algum caso bizarro. É muito cotidiano. Eu estava conversando com alguma amiga streamer nesse fim de semana aí, e a gente falou disso também. É realmente uma pauta recorrente, porque é uma coisa que a gente sofre muito, inclusive pressão estética né, de comentarem em aparência, de falar é tá bom, tá ruim, muda, fica igual. Enfim, mas eu fico duvidando do meu próprio olhar, porque eu fui fechando meus olhos para essas coisas, para eu mesma não ligar. Então eu me sinto muito blindada. Eu sinto que eu quase não sofro com essas coisas. Mas daí quando vou com mulheres e converso, eu percebo: pô é verdade, aconteceu isso semana passada, aconteceu ontem, aconteceu anteontem. E também tem as questões que mais pegam cada um, né. Para mim, uma coisa que pega muito é ser vista como menor. E isso acaba acontecendo, acaba acontecendo um tanto, ser vista como... como menos, como menos inteligente. é uma das coisas que mais me pega assim, uma outras coisas que mais fico bolada. Estava conversando com amigas esse fim de semana e cada uma falando o seu ponto, assim, das coisas que pegam que são sobre autoestima, mas, se você for olhar, tem muito a ver com o fato da gente ser mulher na sociedade também, né? Talvez isso que impacte diretamente na autoestima né (Lívia).

As práticas de moderação muitas vezes fazem parte dessas alianças informais, já que às vezes *streamers* trabalham como moderadoras uma das outras,

como relatado por Manuela, ou colaboram com informações para a moderação de outras colegas, como Rafaela. Outra prática relatada por Rafaela foi a escrita de e-mails com manifestações coletivas para a *Twitch*, organizadas nesses grupos de suporte como uma forma de tentar chamar a atenção das plataformas para queixas específicas. Raíssa relatou que participar de grupos para divulgação de canais a ajudou a conhecer pessoas além do coletivo de *streamers* negros que integrava. De acordo com os relatos, essas alianças informais funcionam focadas principalmente nas lacunas que os serviços das plataformas apresentam no acolhimento de mulheres *streamers*: divulgação, segurança, moderação e saúde mental, mostrando mais uma vez como práticas de camaradagem emergem na falta de suporte institucional (Macedo & Falcão, 2020).

8.2.10.3 Desmobilização dos coletivos

Coletivos femininos de *streamers* e outras criadoras de conteúdo *gamers* foram mencionados por cinco das sete entrevistadas, mas apenas Manuela relatou ainda fazer parte de um grupo do tipo. Todas as outras chamaram a atenção para o fato de que esses grupos são muito menos presentes hoje do que eram anos atrás.

Sarah notou que, quando começou na área escrevendo em um site coletivo feminino focado em games, existiam muito outros grupos e veículos do tipo que, ao seu ver, foram sendo dissolvidos por conta do assédio contra mulheres *gamers* na internet, o que também provocou a queda no número de mulheres jornalistas na área. Raíssa lamentou a dissolução do *Wakanda Streamers*, que considerou essencial para o impulsionamento de sua carreira quando iniciou as *lives*.

Gabriela e Ana lamentaram a dissolução de coletivos importantes por causa de conflitos internos, mencionando o custo emocional desse tipo de situação para as envolvidas. Neste sentido, Ana falou sobre sentir vontade de integrar um desses grupos, mas também pensar em evitar esse tipo de envolvimento por não estar disposta a se envolver em disputas. Já Gabriela falou sobre querer iniciar um projeto próprio de organização, mas ter sido desencorajada pelas amigas e por sua própria experiência na área, pois já testemunhou os impactos de brigas e fim de coletivos em colegas do ramo.

A percepção das participantes então é que os coletivos trouxeram muitos ganhos para as mulheres criadoras de conteúdo *gamer* por um período de tempo, mas que encontraram dificuldades de prosperar no ambiente hostil e competitivo do mercado de jogos e das plataformas digitais. Com pouco suporte, as participantes desses grupos ficaram expostas à conflitos, e, como continuam com pouca estrutura e apoio, mulheres que lideram essas iniciativas hoje se arriscam a pagar um alto custo em bem-estar e imagem pública. Outro ponto a destacar é que a estrutura atual das plataformas de mídias sociais prioriza perfis individuais a organizações coletivas (como grupos de discussão e fóruns), principalmente em termos de monetização e exposição, oferecendo assim mais resistência para a organização de grupos nesses espaços.

8.2.11 Empresas e marcas

Lidar com marcas do segmento *gamer* é parte importante do trabalho de produtoras de conteúdo, e faz parte do cotidiano das *streamers gamers*, mesmo que, como feministas, elas sejam muitas vezes críticas às práticas destas empresas. Ao falar sobre suas experiências neste sentido, os relatos trouxeram casos pontuais positivos e neutros, mas a visão geral das entrevistadas convergiu na percepção de que as marcas são muito limitadas na sua abordagem de diversidade e inclusão e estão, neste momento, se desinteressando de ações focadas nestes temas.

8.2.11.1 Limitação e abandono do marketing de causas

Gabriela foi a entrevistada mais crítica da forma com que as empresas do segmento *gamer* lidam com questões feministas. Ela enfatizou que as marcas visam principalmente o lucro e que buscam um tipo de feminismo que chamou de “feminismo branco”, um feminismo que, ao seu ver, não busca nenhuma mudança social e não oferece nenhum desafio ao status quo.

Outras participantes também mencionaram as limitações das empresas *gamers* ao lidarem com a inclusão e diversidade. Sarah falou sobre como os padrões de beleza são determinantes para fechar parcerias e como, diferente de amigas que vê como mais alinhadas a esses padrões, sente que é excluída de

oportunidades comerciais por isso. Rafaela relatou precisar prospectar clientes ativamente para o fechamento de publis porque, como uma mulher na faixa dos 40 anos, sabe que é preterida pelas marcas, relatando inclusive ter conhecimento de um caso em que foi recusada especificamente por causa de sua idade. A influenciadora mencionou também o fato de que as empresas chamam sempre as mesmas pessoas para falarem de minorias, sem pesquisarem outros criadores ou pensarem em estratégias de inclusão mais abrangentes.

E quando tem alguma coisa, isso eu acho que é importante falar também, tá? Aqui, acho que vai muito aquele lance do cara que a *Twitch* quer ter, quando tem alguma coisa desse jeito são sempre os mesmos *streamers*. Por exemplo, quando se vai falar sobre ah porque aqui na *Twitch* nós abraçamos os queers, é sempre a... Ah, eu esqueci o nome dela, aquela maravilhosa. (...) A Sher! É sempre a Sher! Então assim, tudo bem, é óbvio que a Sher merece todos os louros, porque puta merda, ela já enfrentou cada cocô nessa plataforma, mas a galera só lembra da Sher. Quando é um streamer gay só lembra daquele cara, é aquele cara que faz live de leitura, é aquele lá que a gente vai colocar, por quê? Porque é a cara jovem, é a cara descolada, é a cara de quem muitas vezes quem tem um cenário mais bonito atrás, mais *aesthetic*, entendeu? Então, também tem muito disso. E como você falou, são figuras que foram tokenizadas⁷³ e ficam sempre as mesmas (Rafaela).

Mas mesmo essas ações superficiais parecem mais escassas aos olhos das entrevistadas. Raíssa falou sobre essa sensação em seu relato, logo após lamentar a perda de força dos coletivos.

É. Principalmente coletivos LGBTQIA+, que estavam começando a ter força e tudo. Eu acho que foi muito questão da plataforma, que a *Twitch*, assim, ela decaiu muito, principalmente nos últimos anos, e além da própria *Twitch* ter decaído, eu acho que também muitas empresas cansaram de diversidade, sabe? Elas não querem mais trabalhar com diversidade. Eu sinto que as empresas, eu sinto que as empresas voltaram alguns anos atrás em relação a isso. Sinto que... Assim, ainda existem empresas que têm iniciativas, por exemplo, ah, vaga exclusiva para pessoas pretas, vaga exclusiva para pessoas LGBTQIA+. Ainda existem, mas.... Mas assim. Há alguns anos atrás isso estava mais forte. Essa pauta estava bem mais forte. Hoje em dia ela está mais caída. Tanto é que eu vi bastante pessoas na internet falando que no mês passado pouquíssimas empresas mencionaram sobre, muito menos empresas mencionaram sobre o mês do orgulho. (...) Até empresas usando o

⁷³ Tokenização é a prática de fazer concessões superficiais aos movimentos sociais como forma de evitar posicionamentos ou ações mais incisivos. Uma das suas formas é adotar sempre as mesmas pessoas como representantes da diversidade de um espaço ou marca sem dar nenhum poder real a elas.

arco íris, usando as cores das bandeiras, poucas usaram, sabe. Mas assim, mas uma coisa que eu achei interessante, pelo menos eu vi a Square-Enix, a Sega usando claramente falando: Olha, isso aqui é o mês do orgulho. Isso aí foi legal de ter visto (Raíssa).

Essa percepção foi corroborada por Rafaela, que contou como, no caso da *Twitch*, uma mudança interna deixou clara essa mudança de abordagem.

Eu não sei se isso vai, você vai conseguir colocar na tua pesquisa de alguma forma, mas eu vou te contar uma fofoca! (Rindo) Eu vou te contar uma fofoca tá, da plataforma. No ano passado teve um lay-off muito grande na *Twitch*, na *Twitch* mundial, tá? E teve um lay-off muito maior ainda, gigantesco, aqui na *Twitch* Brasil. Eu fiquei sabendo que a equipe que era composta somente por mulheres e que estava liderando projetos para mudar barra, colocar mais mulher na frontpage e fazer mais... Porque eu participei de alguns desses projetos, mas é que foi muito no começo da minha parceria, então eu não peguei tanto. Mas eu fiquei sabendo que essa equipe toda foi demitida e o projeto morreu.

Então, por exemplo, hoje você tem ações com os parceiros? Tem, mas é assim. Ai vamos jogar joguinhos de tabuleiro na Galápagos, ai vamos na L'Oreal Academia para maquiagem em você e fazer o seu cabelo e você fazer fotos bonitas para o seu *media kit*. Tipo, não tem mais um lance que a gente teve no começo da minha parceria que era mês, tudo bem que eu odeio esse tipo de coisa, né? Mas enfim, pelo menos era alguma coisa. Mês da mulher. (rindo) Estamos fazendo campanhas especiais, tipo, FrontPage era só mulher. Enfim, isso não existe mais, porque essa equipe toda foi mandada embora e que eu fiquei sabendo que o projeto foi arquivado. Então assim dá um passo à frente, dá um passo para trás, dá um passo pra frente meio esquisito porque né, me irrita muito esse negócio de só chama a mulher para falar no mês da mulher, mas também era alguma coisa, sabe? A gente pelo menos era exposta de alguma...

Agora a gente não tem mais isso, então fica a fofoca. Não sei como você pode usar isso aí, mas fique sabendo disso. E eu achei horrível. Quando eu fiquei sabendo desse lance, eu falei: Puta merda, quando a galera começou, veio inclusive para um evento uma chefe pica lá dos Estados Unidos para cá para conversar com as *streamers* mulheres, biriri bororó. Tinha todo um plano de negócio que ela apresentou. Morreu. A equipe daqui foi toda demitida. O negócio nunca mais... Nunca mais tocaram no assunto (Rafaela).

As participantes então não têm expectativas de ações de marketing de causas como meios efetivos de promover a inclusão de mulheres *gamers* feministas no mercado. Considerando o momento cultural e político atual e a dissolução dos principais coletivos da área, a percepção de que os anos otimistas das feministas *gamers* já passaram se justifica.

8.3 EXPERIÊNCIAS DE *STREAMERS* FEMINISTAS NA MATRIZ DE DOMINAÇÃO

A classificação dos enquadramentos relativos às experiências de vulnerabilidade identificados nas entrevistas com as *streamers* feministas na matriz de dominação (Collins, 2000) contextualiza como a vivência destas profissionais é afetada por diferentes níveis de organização e institucionalização do mercado *gamer* e do trabalho de produção de conteúdo em plataformas digitais. Abaixo, é possível visualizar esta distribuição.

| | |
|--|--|
| <p>Domínio estrutural:</p> <p>Entre o trabalho e o lazer Um mercado preconceituoso Limitação e abandono do marketing de causas</p> | <p>Domínio disciplinar:</p> <p>Insegurança e descaso nas plataformas</p> |
| <p>Domínio hegemônico:</p> <p>A força dos padrões de beleza Objetificação e medo do assédio Reforço do status quo Hostilidade às minorias</p> | <p>Domínio interpessoal:</p> <p>Solidão Inadequação e comparação Superar o lugar da mulher na cultura <i>gamer</i> O papel da amiga Cansaço e autocuidado Apropriação das dinâmicas de engajamento Distanciamento e restrição da comunidade Evitamento de confrontos e didatismo Ambivalência com as métricas</p> |

Tabela 12 - Distribuição dos enquadramentos relativos a experiências de vulnerabilidade das *streamers* nos domínios constituintes da matriz de dominação.

Os enquadramentos agrupados nos domínios estrutural e disciplinar se referem à insuficiência das plataformas e do mercado em fornecer políticas claras e bem estruturadas de proteção às profissionais, assim como a ausência de proteção às mesmas em relação a manifestações de machismo e outras formas de discriminação. Assim, o reforço aos padrões de beleza, à objetificação e à hostilidade contra minorias circula livremente no domínio hegemônico. O fato de a maior parte dos enquadramentos referentes às experiências de vulnerabilidade se concentrarem no domínio interpessoal mostra o quanto as *streamers* estão, na ausência de proteção institucional, limitadas às iniciativas individuais para resistirem à hostilidade extrema do ambiente profissional em que atuam.

Portanto, conforme apresentado nos relatos, as *streamers* aprendem formas de lidarem individualmente ou por meio de alianças informais, com os escassos recursos de proteção fornecidos pelas plataformas, ao mesmo tempo em que procuram fortalecer sua estrutura emocional e psicológica e criar abordagens criativas para contornarem cada agressão e desafio apresentado pelas suas carreiras. Em outras palavras, elas aprendem a ser resilientes.

9. VIDEOGAMES ACABARAM COM A MINHA VIDA, MAS EU TENHO VIDAS EXTRAS: CONCLUSÕES SOBRE RESILIÊNCIA E FEMINISMO *GAMER*

Nas narrações das sete participantes desta pesquisa, a existência como mulher feminista no espaço público das plataformas de *streaming* e redes sociais é descrita de forma consistente como o trabalho de permanecer em um espaço hostil sem nenhuma proteção institucional. Nestas condições, resta achar formas individuais de resistir aos efeitos de assédios, como a prática de se “blindar mentalmente” descrita por Lívia; de tentar converter danos em algum tipo de benefício, como a associação que Raíssa faz entre agressões e boas oportunidades; ou partir para estratégias melancólicas, como a redução proposital de visibilidade praticada por Sarah, ou a recusa de Ana em ver as métricas de suas lives enquanto está no ar. Estas histórias comuns de resistência em meio a um cenário violento – e, no momento, sem perspectivas de mudança – evocam a associação com o conceito de resiliência.

Porém, enquanto James (2015) e McRobbie (2020), analisando respectivamente a performance pública de cantoras pops e a caracterização de mulheres vulneráveis em *reality shows*, entendem a resiliência como um enquadramento do feminismo pela mídia para torná-lo aceitável ao neoliberalismo contemporâneo, a resiliência entre *streamers* feministas de games se apresenta como uma alternativa, ainda que imperfeita, para que elas continuem atuando profissionalmente. Sem amparo trabalhista ou suporte de segurança das plataformas digitais, a resiliência emerge como uma prática de resistência nesses espaços, mesmo quando as *streamers* a percebem como uma estratégia limitada e até mesmo problemática. Ao mesmo tempo, essas profissionais são criticamente conscientes do seu desamparo, e adotam formas melancólicas de resistência às limitações impostas pelos algoritmos. Essa ambivalência complexifica as práticas profissionais dessas mulheres para além de qualquer dicotomia entre boa ou má abordagem do feminismo nesse sentido.

9.1 AFFORDANCES DE RESILIÊNCIA

As duas primeiras perguntas de pesquisa propostas para esta tese estão centradas nas práticas profissionais das *streamers*:

Quais são as principais táticas comunicacionais, envolvendo aqui aspectos como narrativas e enquadramentos, no discurso feminista das streamers brasileiras de games? Como essas táticas são impactadas e moldadas pela convergência entre as práticas de fandom entre gamers, as exigências do mercado publicitário, e as políticas de governança das plataformas digitais em que essas profissionais atuam?

Nos relatos das participantes, a resiliência se mostrou como a prática central nesse sentido. Se James (2015) e McRobbie (2020) entendem a resiliência como o enquadramento ideológico dominante no feminismo midiático contemporâneo, nas plataformas de redes sociais utilizadas pelas *streamers* ele é um valor estruturante nas dinâmicas de agressão, exposição e superação que se repetem contra mulheres feministas. Assim, a resiliência não é adotada como uma prática pós-feminista originada em uma crença na superação do machismo pelas ações individuais, mas como a forma disponível de resistir enquanto mulher feminista nestes espaços.

As *streamers* participantes desse estudo reconhecem a falta de suporte das plataformas (especialmente a *Twitch*) à casos de agressões machistas como um problema, e são críticas aos parâmetros de curadoria e divulgação pelos algoritmos destes serviços. Elas também lamentam a falta de coletivos feministas atuantes, e buscam se organizar em grupos informais quando possível. Porém, dada a constância dos assédios sofridos e a vontade de permanecerem atuantes como *streamers*, adotar elementos de resiliência é mais uma imposição delimitada pela configuração técnica das plataformas do que uma opção ideológica.

Um exemplo de prática de resiliência neste sentido é a forma com que Rafaela e Ana narram se apropriar de agressões acontecidas durante suas *lives* para, de forma didática, discutirem o acontecido e reverterem positivamente a situação. Especialmente no caso de Rafaela, cujo conteúdo educativo é um forte elemento da sua marca pessoal como *streamer*, visibilizar as agressões por meio de uma abordagem didática gera um claro ganho de capital junto ao seu público, e acaba se mostrando uma estratégia eficaz para superar esses episódios. Lívia também mencionou como converte agressões em “memes” junto a sua comunidade, gerando assim elementos de comunhão e engajamento entre seu público que também podem ser interpretados como ganho de capital social nesse contexto.

Porém, mais do que uma estratégia inteligente de gerenciamento de danos, essa abordagem resiliente é também imposta pelas dinâmicas das redes, considerando o fato de que muitos agressores exploram reações emocionais de *streamers* vulnerabilizadas após episódios de assédio para prolongarem as violências contra as mesmas. Rafaela, por exemplo, falou sobre procurar o autocontrole e didatismo para evitar ter seus vídeos retransmitidos por esse tipo de agressores. A maioria das entrevistadas mencionou a ineficiência das plataformas em responder às denúncias de agressões, o que as motiva a buscar formas de interromper esses episódios rapidamente, por meio de estratégias como mutar e banir agressores e reverter a situação publicamente e rapidamente de forma positiva, ressignificando os danos sofridos.

A resiliência como resposta à falta de suporte das plataformas também aparece na prática de visibilizar episódios de assédio como forma de denúncia, pressionando assim esses serviços a tomarem providências contra agressores. Considerando que esses movimentos geram engajamento, ou seja, capital, para essas mesmas plataformas como trabalho complementar, eles reiteram o aspecto neoliberal da resiliência ao converter o dano em lucro, resultando assim em pouco incentivo para que as plataformas combatam o *cyberbullying* de forma estruturalmente mais eficaz. Por outro lado, influenciadoras feministas também podem se beneficiar da visibilidade gerada pelos movimentos de denúncia e assim reverter dano em superação, perpetuando esse ciclo.

Além de entender as práticas profissionais e estratégias de comunicação das *streamers* feministas, uma terceira pergunta de pesquisa proposta nesta tese tem como foco a materialização de sua precariedade trabalhista e suas táticas de resistência neste contexto:

Como essas táticas expressam e refletem a precariedade trabalhista das streamers e suas práticas de resistência como ativistas feministas?

Formas de resistir individualmente, se distanciando emocionalmente, se fortalecendo entre amigos ou intensificando a curadoria da própria presença *online* são mencionadas pelas participantes como possibilidades acessíveis, mas não são associadas por elas a uma visão pós-feminista de prática de ativismo, pelo contrário. Assim, a melancolia também aparece em aspectos do gerenciamento de sua

presença *online*, especialmente em táticas de resistência e negação da curadoria algorítmica.

9.2 MÉTRICAS E MELANCOLIA

Enquanto a lógica das plataformas demanda uma constante otimização da própria presença online, por meio da observação de métricas de engajamento e adaptação do próprio conteúdo aos parâmetros e tendências mais vantajosos, é notável como as entrevistadas demonstraram uma relação ambígua – ou até mesmo de recusa aberta – a essas práticas. Reduzir a própria visibilidade online é uma forma de limitar a possibilidade de agressões, mas ao mesmo tempo é uma tática completamente oposta à principal meta de uma influenciadora, que é maximizar sua presença, e conseqüentemente seu público e oportunidades de trabalho.

A opção pela melancolia, porém, acontece como desdobramento da percepção crítica que as *streamers* participantes têm, como mulheres feministas, das plataformas digitais. Elas entendem que, muitas vezes, não serão favorecidas pelas suas estruturas por não estarem alinhadas à expectativas normativas – por exemplo, de aparência e idade – valorizadas pela curadoria algorítmica. A opacidade dessa mesma curadoria, que torna os parâmetros dos algoritmos incompreensíveis para elas, é outro fator determinante na desistência em atendê-las. E, por fim, buscar autenticidade e bem-estar em um espaço percebido como hostil também as influencia a minimizar a influência das métricas sobre suas decisões de produção de conteúdo. Elas declaram adotá-las apenas quando sentem que faz sentido no que enxergam como sua imagem pessoal e profissional.

A autenticidade é uma presença ambivalente no discurso de criadoras de conteúdo em redes sociais. Ao mesmo tempo em que é um elemento importante na construção de públicos, ela precisa ser constantemente negociada com plataformas e patrocinadores para manter a influenciadora comercialmente viável (Karhawi, 2021). Quando alinhada a uma identidade não-normativa ou marginalizada, o investimento na autenticidade pode ser enquadrado como uma tática melancólica, por celebrar justamente o que é excluído em um contexto capitalista neoliberal.

Embora as dinâmicas de redes sociais tendam a aplicar um revés resiliente nesta prática, ao converter identidades marginalizadas em nichos de mercado, o fato

desses segmentos ainda permanecerem marginalizados pela curadoria algorítmica (Dallegrave, Pase, Fontoura, 2022) mantém seus aspectos melancólicos. Assim, uma influenciadora feminista *gamer* consegue crescer e construir uma comunidade dentro de parâmetros relativos, mas sua presença online estará sempre delimitada pelo seu nicho e pela sua resiliência, seja pela curadoria algorítmica, seja pelas agressões que sofrerá ao transpor esses limites. Sarah, por exemplo, questionou como as mulheres que se recusam a visibilizar suas agressões para convertê-las em denúncias (e, neste contexto, em capital por meio do engajamento) podem reagir às agressões em mídias sociais. Essa recusa, assim como a sua recusa em expandir sua visibilidade para além de espaços que considera seguros, tem consequências no seu crescimento de público e no fechamento de parcerias comerciais. Porém, assim como a resiliência, recusar ao imperativo da visibilidade é entendido como uma forma existir em meio ao desamparo das plataformas sem sacrificar a própria autenticidade.

Este tipo de resistência por meio da melancolia, porém, compartilha com as práticas de resiliência seus elementos desmobilizantes: mesmo ignorando os algoritmos e métricas, eles continuam lá, e essa recusa não os abala diretamente. Ao buscarem comunidades mais fechadas e seguras, as *streamers gamers* feministas estão, de certa forma, fortalecendo um nicho que é absorvido e convertido em trabalho complementar pela curadoria algorítmica. Com a inexistência ou ineficácia de grupos organizados de resistência (como mostram os e-mails coletivos ignorados pela *Twitch*, mencionados por Rafaela), ou com o abandono das pautas de diversidade e inclusão pelas grandes empresas, a única estratégia possível para as *streamers gamers* feministas parece ser admitir o seu status de profissionais secundárias diante das plataformas. Porém, o trabalho de gestão de comunidades dessas profissionais sugere possibilidades de resistência que tensionam resiliência e melancolia não como opositoras, mas como complementares, em outras possibilidades de existência online.

9.3 COMUNIDADES DIGITAIS, MODERAÇÃO HUMANA

Todas as participantes declararam terem seguidores inclusivos e acolhedores, selecionados por meio de intenso trabalho de moderação. As pessoas moderadoras trabalham de forma próxima às influenciadoras, e muitas vezes são também

streamers, tornando a moderação a prática de comunidade que mais se aproxima de coletivos organizados no meio hoje. Mesmos os grupos que não são exclusivamente de moderadores, como o mencionado por Rafaela, compartilham práticas de moderação como dicas de usos de ferramentas e alertas de possíveis agressores.

O sucesso das participantes em formarem comunidades acolhedoras e eficazes no gerenciamento de agressões sugere que o combate ao *cyberbullying* em larga escala é possível, e que um intenso trabalho humano apoiado em espaços coletivos é uma variável importante nesse sentido. As entrevistadas expressaram frustração com o atendimento automatizado das plataformas em casos de denúncias, e, mais frequentemente, com a total ausência de respostas nesse sentido. A falta de mediação humana é entendida como um dos principais marcadores desta falta de suporte.

O trabalho de construção de comunidade das participantes se apoia simultaneamente em práticas de resiliência – como dar um viés didático e não conflituoso para o discurso feminista – e de melancolia – como sacrificar a própria visibilidade em prol de uma comunidade de seguidores menor e mais acolhedora. Assim, essas táticas não emergem como opostas, de acordo com o proposto por James (2015), mas como complementares: embora ambas tenham elementos desmobilizantes e sejam limitadas no seu combate às estruturas de opressão nas redes sociais e na cultura *gamer*, elas tornam possível que essas mulheres exerçam a profissão que também é um sonho para muitas delas. Entender como um trabalho unicamente delas resolver os problemas desses espaços é também reproduzir a lógica individualista do discurso resiliente.

Assim, acredito que é preciso abraçar a melancolia e reconhecer a impossibilidade de tornar as redes sociais espaços seguros para mulheres feministas trabalhando de acordo com os seus próprios termos. Considerar as plataformas digitais privadas, estruturadas por meio de dinâmicas de visibilidade que resultam em *affordances* de resiliência, como espaços que poderiam acolher as demandas de populações historicamente marginalizadas é também uma forma de otimismo cruel especialmente resistente, porque muitas vezes romper com ele é entendido como romper com a esperança de uma existência online justa e acessível para todas as pessoas.

Porém, com todas as suas contradições, a experiência das *streamers* feministas *gamers* entrevistadas nesta pesquisa sugere que existem caminhos

possíveis para este futuro imaginado. Mas estes caminhos passam por romper com a visibilidade como lógica central da produção de conteúdo (e de capital nas redes por meio de engajamento), e por intensificar a construção de comunidades altamente moderadas por infraestrutura e curadoria humana. Para viabilizar essas medidas, vejo como caminho mais eficaz a regulamentação das redes pela sociedade civil, por meio de legislação e práticas centradas nos interesses coletivos e no acolhimento da diversidade humana. A curto prazo, é essencial a retomada de organizações coletivas que entendam as vulnerabilidades das pessoas produtoras de conteúdo, especialmente aquelas pertencentes a grupos minoritários, e que sejam capazes de fazer pressão às plataformas de redes sociais em espaços exteriores às suas infraestruturas, rompendo assim com o trabalho complementar e com suas lógicas de visibilidade.

Por fim, é preciso entender o trabalho das influenciadoras feministas *gamers* de forma a romper com a dinâmica perfeição - imperfeição - resiliência: elas não precisam personificar as ativistas perfeitas, e nem exemplos de superação motivacionais para outras mulheres. Elas não precisam que as agressões que sofrem sejam constantemente repetidas como alertas e fábulas piegas. Elas precisam poder existir, com todas as suas contradições e variações, em um espaço onde a resiliência não seja pré-requisito, e a melancolia não seja a única alternativa. Esse espaço pode ser construído. Mas as plataformas digitais privadas não são um alicerce viável.

REFERÊNCIAS

ABIDIN, Crystal. Visibility labour: Engaging with Influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. **Media International Australia**, v.161, n.1, p. 86–100, 2016. doi:10.1177/1329878x16665177. Acesso em: 02 Jun. 2023.

AMARAL, A.; SOUZA, R. V.; MONTEIRO, C. “De westeros no #vemprarua à shippagem do beijo gay na TV brasileira”. Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital. **Galaxia**, São Paulo, n. 29, p. 141-154, 2015. Disponível em: < <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542015120250>>. Acesso em: 02 Jun. 2023.

ANTHROPY, Anna. **Rise of the Videogame Zinesters**: How Freaks, Normals, Amateurs, Artists, Dreamers, Drop-outs, Queers, Housewives, and People Like You Are Taking Back an Art Form. New York: Seven Stories Press, 2012. 124 p.

ARRAZ, L. Apagão da *Twitch*: Entenda mudança que levou à greve de *streamers* no Brasil. In: **Canaltech**, 23 Ago. 2021. Disponível em: <https://canaltech.com.br/games/apagao-da-Twitch-entenda-mudanca-que-levou-a-greve-de-streamers-no-brasil-193425/> . Acesso em: 24 set. 2023.

ATARI TEENAGE RIOT. Delete Yourself! In: LETRAS. Belo Horizonte, 1995. Disponível em: <https://www.letras.mus.br/atari-teenage-riot/72716/> . Acesso em: 21 jul. 2025.

BARBIE. Direção: Greta Gerwig. Produção: Margot Robbie *et al.* Roteiro: Greta Gerwig e Noah Baumbach. Intérpretes: Margot Robbie *et al.* Burbak: Warner Bros Pictures, 2023. 114 min, son., color.

BARBROK, Richard; CAMERON, Andy. **A Ideologia Californiana**: Uma Crítica Ao Livre Mercado Nascido No Vale do Silício. Porto Alegre: Editora Monstro dos Mares, 2018. 44 p.

BENTO, Cida. **O pacto da branquitude**. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

BERLANT, Lauren. **Cruel Optimism**. Durham: Duke University Press, 2011.

BLANCO, B. As Fadas Madrinhas Da Sakuras Aurora: Trabalho De Visibilidade E Fan Labor Entre Mulheres *Streamers* No Esporte Eletrônico Brasileiro. In: Primeiro Encontro da DiGRA Brasil, 2021, online. **Anais eletrônicos**. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/digrabrasil2021/409131-as-fadas-madrinhas-da-sakuras-aurora---trabalho-de-visibilidade-e-fan-labor-entre-mulheres-streamers-no-esporte-e/> . Acesso em: 02 Jun. 2023.

BLANCO, B. Changing the game but keeping to the rules: Ambivalences between social activism and content creation in the Brazilian sports scene. **Eludamos - Journal for Computer Game Culture**, v. 15, n. 1, 2024. Disponível em:

<https://eludamos.org/index.php/eludamos/article/view/7702> . Acesso em: 01 Jul. 2025.

BLANCO, B.; SILVA, A. C. J. Do The Scratchware Manifesto à Game Workers Unite: manifestos e reivindicações trabalhistas em duas décadas de videogame independente. **Contracampo**, Niterói, v. 40, n. 2, p. 01-17 maio/ago. 2021. DOI: <http://doi.org/10.22409/contracampo.v40i2.50478> . Acesso em: 29 Maio 2023.

BOTELHO, Isabella. Saiba como a Skol mudou de posicionamento na publicidade. In: [Mercadizar.com](https://mercadizar.com), 19 Fev. 2019. Disponível em: <https://mercadizar.com/noticias/reposicionamento-da-skol/> . Acesso em: 16 Maio 2025.

BRANDALISE, C. *Gamer* que perdeu contrato: "Me chamam de puta sempre e não posso responder". In: **Universa UOL**, 25 Jun. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/06/25/gamer-que-perdeu-contrato-me-chamam-de-puta-sempre-e-nao-posso-responder.htm> . Acesso em: 30 Maio 2023.

BROWN, D. **Porn & Pong**: How Grand Theft Auto, Tomb Raider and Other Sexy Games Changed our Culture. Port Townsend: Feral House, 2008.

BURAWOY, Michael. The Extended Case Method. **Sociological Theory**, v.16, n.1, p. 4-33, 1998. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/0735-2751.00040> . Acesso em: 26 Out. 2024.

BUTLER, Judith P. **Problemas de Gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

BULUT, E. **A Precarious Game**: The Illusion of Dream Jobs in the Video Game Industry. Ithaca: ILR Press, 2020.

BURRILL, D. A. **Die Tryin**: Videogames, Masculinity, Culture. New York: Peter Lang Publishing, 2008. 169 p.

CAETANO, M. A.; BLANCO, B. They Will Do Anything to Make You React: Deplatforming Racists from the Brazilian Gaming Community. **Gamvironments**, v. 17, 2022. DOI: <https://doi.org/10.48783/gameviron.v17i17.198> . Acesso em: 29 Maio 2023.

CAETANO, G. "Naquele dia eu estourei", diz influenciadora que perdeu contrato após denunciar machismo. In: **O Globo**, 25 Jun. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/naquele-dia-eu-estourei-diz-influenciadora-que-perdeu-contrato-apos-denunciar-machismo-23763908> . Acesso em: 30 Maio 2023.

CARDOSO, Marcos V.; GUSMÃO, Cláudio, HARRIS, Jonathan J. (Org). **Pesquisa da indústria brasileira de games 2023**. São Paulo: ABRAGAMES, 2023.

CARRERA, Fernanda. Roleta interseccional: proposta metodológica para análises em Comunicação. In: **E-Compós**. 2021. DOI: <https://doi.org/10.30962/ec.2198> . Acesso em: 29 Maio 2023.

CHATMAN, S. **Story and Discourse in Fiction and Film**. Nova York: Cornell University Press, 1978.

CHESS, S.; SHAW, A. A conspiracy of fishes, or, how we learned to stop worrying about# *GamerGate* and embrace hegemonic masculinity. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, v. 59, n. 1, p. 208-220, 2015.

CLOVER, Carol J. **Men, Women and Chainsaws: Gender in the Modern Horror Film**. Nova Jersey: Princeton University Press, 2015.

COLLINS, Patricia Hill. **Black feminist thought: Knowledge, consciousness, and the politics of empowerment**. New York: Routledge, 2000.

CORUJA, P. Vlog como gênero no *YouTube*: a profissionalização do conteúdo gerado por usuário. **Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília**, v. 10, n. 1, p. 46-66, 27 jun. 2017. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/8128> . Acesso em: 04 Abr. 2025

COTE, Amanda C.; HARRIS, Brandon C. The cruel optimism of “good crunch”: How game industry discourses perpetuate unsustainable labor practices. **New Media & Society**, v. 25, n. 3, 2021. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14614448211014213> . Acesso em: 23 Mar. 2024.

CREED, W. D.; LANGSTRAAT, J. A.; SCULLY, Maureen A. A picture of the frame: Frame analysis as technique and as politics. **Organizational research methods**, v. 5, n. 1, p. 34-55, 2002.

CROSS, K. Press F to revolt. **Diversifying Barbie and Mortal Kombat: Intersectional perspectives and inclusive designs in gaming**, p. 23-34, 2016.

CULLEN, A. L. L. Just on the Right Side of Wrong: (De)Legitimizing Feminism in Video Game Live *Streaming*. **Television & New Media**, v. 23 n. 5, p. 542–552, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1177/15274764221080937>

DALLEGRAVE, Letícia; PASE, André Fagundes; DA FONTOURA, Mariana Gomes. Algoritmo masculino, branco e heteronormativo: a interseccionalidade nos *streamers* em destaque no carrossel da capa da *Twitch*. **revista Fronteiras– estudos midiáticos**, v. 24, n. 1, p. 67-82, 2022. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/23981> . Acesso em: 27 Set. 2024.

DEAN, Jodi. Drive as the structure of biopolitics. **SSRN**. 2009. DOI: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1460759> . Acesso em: 30 Jun. 2025.

D'IGNAZIO, Catherine; KLEIN, Lauren F. **Data Feminism**. Cambridge, : The MIT Press, 2020.

DOMINGUES, I.; MIRANDA, A. P. **Consumo de Ativismo**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2018

DONOVAN, T. **Replay: The History of Video Games**. Lewes: Yellow Ant, 2010. 501 p.

DYER-WITHEFORD, N.; DE PEUTER, G. "EA Spouse" and the Crisis of Video Game Labour: Enjoyment, Exclusion, Exploitation, Exodus. **Canadian Journal of Communication**, v. 31, n. 3, p. 599-617, 2006. Disponível em: https://scholars.wlu.ca/coms_faculty/16/ . Acesso em: 30 Jun. 2025.

DYER-WITHEFORD, N.; DE PEUTER, G. **Games of empire: Global capitalism and video games**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009.

EISENBERG, R. L. Girl Games: Adventures in Lip Gloss. In: **Gamasutra**, 13 Fev. 1998. Disponível em: http://www.gamasutra.com/view/feature/131660/girl_games_adventures_in_lip_gloss.php . Acesso em: 29. Maio. 2023.

FALCÃO, T.; Marques, D., Mussa, I.; Macedo, T. At the edge of utopia: Esports, neoliberalism and the *gamer* culture's descent into madness. **Gamevironments**, v. 13, n. 1., 2020. Disponível em: <https://journals.suub.uni-bremen.de/index.php/gameenvironments/article/view/49> . Acesso em: 01 Jul. 2025.

FALUDI, Susan. **Backlash: The Undeclared War Against American Women** (The 15th Anniversary Edition). Nova York: Three Rivers Press, 2016.

FERREIRA, V. Demissão de Isadora Basile não foi devido a casos de assédio, diz Microsoft. In: **The Enemy**, 22 Out. 2020. Disponível em: <https://www.theenemy.com.br/xbox/demissao-de-isadora-basile-nao-foi-devido-a-casos-de-assedio-diz-microsoft> . Acesso em: 30 Mai. 2023.

FISHER, Stephanie J.; HARVEY, Alison. Intervention for Inclusivity: Gender Politics and Indie Game Development. **Loading: The Journal of the Canadian Game studies Association**, v. 7, n. 11. 2013. Disponível em: <https://journals.sfu.ca/loading/index.php/loading/article/view/118> . Acesso em: 01 Jul. 2025.

FRAGOSO, Suely D. Huehuehue eu sou br: spam, trollagem e griefing nos jogos on-line. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**. Vol. 22, n. 3 (jul./set. 2015), p. 129-146, 2015.

FRAGOSO, Suely D. Desafios da Pesquisa em Games no Brasil. In: FALCÃO, T; MARQUES, V. (Orgs). **Metagame: panoramas dos game studies no Brasil**. São Paulo: Intercom, 2017. p. 15-41.

FRAGOSO, Suely; REBS, Rebeca Recuero; BARTH, Daiani Ludmila. Interface affordances and social practices in online communication systems.

In: **Proceedings of the International Working Conference on Advanced Visual Interfaces**. 2012. p. 50-57

FRASER, Nancy. **O velho está morrendo e o novo não pode nascer**. São Paulo: Autonomia Literária, 2020.

FREEMAN, Jo. Trashing: The Dark Side of Sisterhood. **Ms. Magazine**. p. 49-98, 1976. Disponível em: <https://www.jofreeman.com/joreen/trashing.htm> . Acesso em: 27 Abr. 2025.

GARVEY, K. Reimagining “gamers” via Twitch platform tools. In: Proceedings of the 56th Hawaii International Conference on System Sciences, 2023, online. **Anais eletrônicos**. Disponível em: <https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/server/api/core/bitstreams/b197f232-8e6b-4983-af6a-a47f3e98c1c7/content> . Acesso em: 24 Set. 2023.

GDC – Game Developers Conference. **GDC 2025 State of the Game Industry**. Londres, Informa Festivals, 2025. Disponível em: <https://reg.gdconf.com/state-of-game-industry-2025> . Acesso em: 30 Jun. 2025.

GILL, Rosalind. Post-postfeminism?: New feminist visibilities in postfeminist times. In: **An Intergenerational Feminist Media Studies**. Routledge, 2019. p. 54-74.

GOFFMAN, E. **Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience**. Nova York: Harper & Row, 1974.

GOODMAN, L. A. Snowball sampling. **The annals of mathematical statistics**, p. 148-170, 1961.

GOULART, L. A. **Jogos vivos para pessoas vivas** : composições queer-contrapúblicas nas culturas de jogo digital. Porto Alegre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2017. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/165868> >. Acesso em: 29 Maio. 2023.

GOULART, L.; NARDI, H. C. GAMERGATE: cultura dos jogos digitais e a identidade *gamer* masculina. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 11, n. 3, p. 250-268, 2017.

GOULART, L.; BLANCO, Beatriz.; HENNIGEN, I. Parece Que O Jogo Virou– Discursos Acerca De Identidades LGBTQ Em Comunidades De Jogadores Da Activision-Blizzard. **Tropos: Comunicação, Sociedade E Cultura**, v. 9, n. 2, 2020.

GOVARI, C.; VIEIRA, E. S.; TABASNIK, R. FÃ OU HATER? UMA APROXIMAÇÃO ENTRE OS ESTUDOS DE FÃS E A CULTURA DO CANCELAMENTO. **Brazilian Creative Industries Journal**, [S. l.], v. 4, n. 1, p. 155–184, 2024. DOI: 10.25112/bcij.v4i1.3731. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/braziliancreativeindustries/article/view/3731> . Acesso em: 13 jun. 2025.

GRAY, Kishonna L. Intersecting oppressions and online communities: Examining the experiences of women of color in Xbox Live. **Information, Communication & Society**, v. 15, n. 3, p. 411-428, 2012.

GUARRIELLO, N. B.. Never Give up, Never Surrender: Game Live *Streaming*, Neoliberal Work, and Personalized Media Economies. In: **New Media & Society**, v. 21, no. 8, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444819831653> . Acesso em: 29 Maio. 2023.

HARRIS, B. C. ***Twitch Streamers and the Platformization of Cultural Production***: Understanding Complementary Labor in the Creative Economy. 2022. Tese (Doutorado) – School of Journalism and Communication, University of Oregon, 2022.

HATHAWAY, J. What Is *Gamergate*, and Why? An Explainer for Non-Geeks. **Gawker**, New York, 10 Out. 2014. Disponível em: <<http://gawker.com/what-is-gamergate-and-why-an-explainer-for-non-geeks-1642909080>> . Acesso em: 29 Maio. 2023.

HENRIQUE, J. É o fim do “Xbox Mil Grau”, Xbox Brasil toma medidas drásticas de repúdio contra o grupo. In: **Windows Club**, 3 Jun. 2020. Disponível em: <https://windowsclub.com.br/e-o-fim-do-xbox-mil-grau-xbox-brasil-toma-medidas-drasticas-de-repudio-contra-o-grupo/> Acesso em: 30 Maio 2023.

IZIDRO, B. *Twitch* se posiciona sobre a greve de *streamers* no Brasil. In: **Start UOL**, 25 Ago. 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2021/08/25/Twitch-se-posiciona-sobre-a-greve-de-streamers-no-brasil.htm>. Acesso em: 24 Set. 2023.

JAMES, Robin. **Resilience & Melancholy**: Pop Music, Feminism, Neoliberalism. Alresford: Zer0 Books, 2015. 223 p.

JANUÁRIO, S. B. Feminismo de mercado: um mapeamento do debate entre feminismos e consumo. **Cadernos Pagu**, v. 61, 2021.

JENKINS, H. **Invasores do texto**: Fãs e Cultura Participativa. Nova Iguaçu: Marsupial, 2015.

JENKINS, H; CASSELL, J. **From Barbie to Mortal Kombat**: Gender and Computer Games. Cambridge: The MIT Press, 1998. 382 p.

JOHNSON, M. R. Behind the Streams: The Off-Camera Labour of Game Live *Streaming*. **Games and Culture**, v. 0, n.0. 2021. DOI: 10.1177/15554120211005239 . Acesso em: 29 Maio 2023.

KAFAI, Y.B. et al. (Ed.) **Beyond Barbie & Mortal Kombat**: New Perspectives on Gender and Gaming. Cambridge: The MIT Press, 2011. 371 p.

KALIL, I. **Quem são e no que acreditam os eleitores de Jair Bolsonaro**. Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, São Paulo, Out. 2018. Disponível em: <https://www.fespsp.org.br/upload/usersfiles/2018/Relat%C3%B3rio%20para%20Site%20FESPSP.pdf> . Acesso em: 29 Maio. 2023.

KARHAWI, I. **De Blogueira a Influenciadora: Etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2020.

KHALED JR., S. K. **Videogame e violência: Cruzadas morais contra os jogos eletrônicos no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

KINAST, P. Entenda a treta entre Gabi Cattuzzo, a Razer e o machismo dos gamers. In: **Oficina da Net**, 30 Jun. 2019. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/games/26294-entenda-a-treta-entre-gabi-cattuzzo-a-razer-e-o-machismo-dos-gamers> . Acesso em: 30 Maio 2023.]

KURTZ, Gabriela B. “Respeita aí”: Os discursos e a subversão das regras como manifestações de violência simbólica de gênero nos jogos digitais DOTA 2 e League of Legends. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

LIGA – Laboratório de Impacto *Gamer*. **Pesquisa Identidade Gamer**. São Paulo: Purpose, 2023. Disponível em: <https://labimpactogamer.com.br/pesquisa/> . Acesso em: 01 Out. 2023.

LAMERICHS, N. Scrolling, swiping, selling: Understanding Webtoons and the data-driven participatory culture around comics. **Participations: Journal of Audience and Reception Studies**, v. 15, n. 2, p. 211-229, 2020.

LIEN, T. No girls allowed: Unraveling the story behind the stereotype of video games being for boys. **Polygon**, New York, 02 Dez. 2013. Disponível em: <http://www.polygon.com/features/2013/12/2/5143856/no-girls-allowed>. Acesso em: 29 Maio. 2023.

MACEDO, Tarcízio; FALCÃO, Thiago. Like a pro: Communication, camaraderie and group cohesion in the Amazonian esports scenario. **Entertainment Computing**, v. 34. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.entcom.2020.100354> . Acesso em: 13 Abr. 2025

MARTINHO, Anahi. Acusada de apologia ao estupro, Skol vai retirar campanha de circulação após protesto feminista. In: **Folha de São Paulo**, São Paulo, 11 Fev. 2015. Disponível em: [https://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2015/02/1588510-acusada-de-apologia-ao-](https://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2015/02/1588510-acusada-de-apologia-ao-estupro)

[estupro-skol-vai-retirar-campanha-de-circulacao-apos-protesto-feminista.shtml](#)

Acesso em: 16 Maio 2025.

MCGONIGAL, Jane. **A realidade em jogo**: Por que os games nos tornam melhor e como eles podem mudar o mundo: Por que os games nos tornam melhores e como eles podem mudar o mundo. São Paulo: Best Seller, 2012.

MCROBBIE, Angela. **Feminism and the Politics of 'Resilience'**: Essays on Gender, Media and the End of Welfare. Cambridge: Polity, 2020.

MELO, G. Após apelo da comunidade, tayhuhu é desbanida da *Twitch*. In: **Gamersclub**, 21 Dez. 2020. Disponível em: <https://valorantzone.gg/noticia/apos-apelo-da-comunidade-tayhuhu-e-desbanida-da-Twitch/> . Acesso em: 19 Jun. 2025.

MESSIAS, J. C. Notas Sobre a Pirataria De Games No Brasil: Inclusão (digital) Dos Pobres E Resistência. **Intexto**, n. 33, 2015, p. 154-73, doi:10.19132/1807-8583201533.154-173.

MOURA, E. Canal expulso da *Twitch*, Xbox Mil Grau leva guerras culturais a mundo dos games. In: **Folha de São Paulo**, 6 Jun. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/06/canal-expulso-da-Twitch-xbox-mil-grau-rascunha-lugar-dos-games-no-mapa-das-guerras-culturais.shtml> . Acesso em: 30 Maio 2023.

MURRAY, J. **Hamlet no Holodeck**: O futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Editora Unesp, 2003.

NAGLE, Angela. **Kill All Normies**: Online Culture Wars From 4Chan And Tumblr to Trump and The Alt-Right. Londres: Zero Books, 2017. 156 p.

NAKAMURA, Lisa. Racism, Sexism, and Gaming's Cruel Optimism. In: Malkowski, Jennifer; Russ worm, Trea Andrea M. (Ed.) **Gaming Representation: Race, Gender, and Sexuality in Video Games**. Bloomington: Indiana University Press, 2017.

NIEBORG, David B.; FOXMAN, Maxwell. **Mainstreaming and game journalism**. Cambridge: MIT Press, 2023. 209 p.

NOBLE, Safyia U. **Algoritmos da opressão**: Como o Google fomenta e lucra com o racismo. Santo André: Editora Rua do Sabão, 2021. 396 p.

NORMAN, Donald A. **O design do dia a dia**. São Paulo: Anfitheatro, 2006. 272 p.

ONU – Organização das Nações Unidas. **Texto Integral da Declaração e Plataforma de Ação da IV Conferência Mundial sobre a Mulher**. Pequim: ONU, 1995. Disponível em: https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2013/03/declaracao_beijing.pdf . Acesso em: 27 Abr. 2025.

PALMEIRA, C. *Twitch*: grupos de *streamers* lançam 'sindicato' e farão até greve. In: **Voxel**, 19 Ago. 2021. Disponível em:

<https://www.tecmundo.com.br/voxel/223337-Twitch-grupos-streamers-lancam-sindicato-greve.htm>. Acesso em: 24 Set. 2023.

PÂNICO. Direção: Wes Craven. Produção: Cathy Konrad e Cary Woods. Intérpretes: Neve Campbell *et al.* Roteiro: Kevin Williamson. Toronto: Woods Entertainment, 1996. 111 min., son., color.

PASE, A . F.; DALLEGRAVE, L.; FONTOURA, M.. Capital Lúdico: um reflexo da tecnocultura algorítmica em performances na plataforma de *streaming Twitch*. **Fronteiras – Estudos Midiáticos**, v. 22, n. 3. 2020. DOI: <https://doi.org/10.4013/fem.2020.223.01> . Acesso em: 29 Maio 2023.

PAAßEN, B.; MORGENROTH, T.; STRATEMEYER, M.. What is a true *gamer*? The male *gamer* stereotype and the marginalization of women in video game culture. **Sex Roles**, v. 76, p. 421- 435, 2017.

PAZ, S. **Performance Play: Consumo Como Performance No Streaming De Games Da Plataforma Twitch**. Dissertação (Mestrado em Processos e Manifestações Culturais) – Universidade Feevale, Novo Hamburgo, 2016.

PELLANDA et al. Relatório: O extremismo de direita entre adolescentes e jovens no Brasil: ataques às escolas e alternativas para a ação governamental. **Campanha Nacional Pelo Direito à Educação**, 2023. Disponível em: <https://campanha.org.br/acervo/relatorio-ao-governo-de-transicao-o-ultraconservadorismo-e-extremismo-de-direita-entre-adolescentes-e-jovens-no-brasil-ataques-as-instituicoes-de-ensino-e-alternativas-para-a-acao-governamental/> . Acesso em: 29 Maio 2023.

PGB. **Pesquisa Game Brasil 2025**. São Paulo: Gogamers, 2025. Disponível em: <https://www.pesquisagamebrasil.com.br/> . Acesso em: 30 Jun. 2025.

PHILLIPS, Amanda. Negg (at) ing the *game studies* subject: An affective history of the field. **Feminist Media Histories**, v. 6, n. 1, p. 12-36, 2020.

POELL, T.; NIEBORG, D.; DUFFY, B. E. **Platforms and cultural production**. Hoboken: John Wiley & Sons, 2021.

POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Platformisation. **Internet Policy Review**, v. 8, n. 4, p. 1-13, 2019.

POZO, T. Queer games after empathy: Feminism and haptic game design aesthetics from consent to cuteness to the radically soft. **Game studies**, v. 18, n. 3, 2018.

PROVENZO JR., E. F. **Video Kids: Making Sense of Nintendo**. Cambridge: Harvard University Press, 1991.

QUINN, Z. **Crash Override: How Gamergate (Nearly) Destroyed My Life, and How We Can Win the Fight Against Online Hate**. Nova York: Public Affairs, 2017.

RAMOS, Liliane Moreira. As reconfigurações do culture jamming no ambiente digital: o caso dos memes anticonsumismo na campanha #antiblackfriday (Brasil). **Etnográfica**, v. 28, n. 3, 2024. DOI: <https://doi.org/10.4000/12bht> . Acesso em: 16 Maio 2025.

RAPHAEL, P. Mulheres superam machismo e fazem sucesso falando de games no Xbox. In: **Start UOL**, 10 Abr. 2015. Disponível em: <https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2015/04/10/mulheres-superam-machismo-e-fazem-sucesso-falando-de-games-no-xbox.htm>. Acesso em: 30 Maio 2023.

RECUERO, R. Estudando discursos em mídia social: uma proposta metodológica. In: SILVA, T.; BUCKSTEGGE, J.; ROGEDO, P. (Orgs.) **Estudando cultura e comunicação com mídias sociais**. Brasília: IBPAD, 2018. p. 13-30.

REDAÇÃO. Xbox Brasil demite apresentadora e gera revolta nas redes; empresa explica decisão. In: **GloboEsportes**, 16 Out. 2020. Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/noticia/xbox-brasil-demite-apresentadora-isadora-basile-gera-revolta-redes-sociais.ghtml> . Acesso em: 30 Maio 2023.

RICHARD, G. T. Gender and gameplay: Research and future directions. **Playing with virtuality: Theories and methods of computer game studies**, p. 269-284, 2013.

RICHARD, G. T.; TYNES, B. M.; KAFAL, Y. **Diversifying Barbie and Mortal Kombat: Intersectional Perspectives and Inclusive Designs in Gaming**. Pittsburgh: ECT Press, 2017. 318 p.

RODRIGUES, Letícia. Jogos de Entrelaçar Fios: Diálogos com as Epistemologias Feministas da Ciência e da Tecnologia na Aprendizagem Voltada ao Desenvolvimento de Jogos. Tese (Doutorado em Tecnologia e Sociedade) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2021.

ROGSTAD, Egil T. Gender in eSports research: a literature review. **European Journal for Sport and Society**, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1080/16138171.2021.1930941> . Acesso em: 29 Maio. 2023.

ROSARIO, M. “Falaram que fui assediada porque pedi”, diz Gabi Cattuzzo. In: **Veja São Paulo**, 26 Jun. 2019. Disponível em:

<https://vejasp.abril.com.br/cidades/gabi-cattuzzo-gamer-entrevista-machismo-homens> . Acesso em 30 Maio 2023.

ROSENTHAL, Gabrielle. **Pesquisa Social Interpretativa: Uma Introdução**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

RUBERG, B. **Video games have always been queer**. Nova York: NYU Press, 2019a. 288 p.

RUBERG, B. The Precarious Labor of Queer Indie Game-making: Who Benefits from Making Video Games “Better”? **Television & New Media**, v. 20, n. 8, 2019b. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1527476419851090> . Acesso em 30 Maio 2023.

RUBERG, B.; SHAW, A. **Queer Game studies**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2017. 336 p.

RUVALCABA, Omar et al. Women’s Experiences in eSports: Gendered Differences in Peer and Spectator Feedback During Competitive Video Game Play. **Journal of Sport and Social Issues**, v. 42, n.4, p. 295– 311, 2018. DOI:10.1177/0193723518773287 . Acesso em: 29 Maio. 2023.

SCHARFF, Christina. Are we all influencers now? Feminist activists discuss the distinction between being an activist and an influencer. **Feminist Theory**, v. 25, n. 3, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1177/14647001231201> . Acesso em: 16 Maio 2025.

SCHREIER, J. **Press Reset: Ruin and Recovery in the Video Game Industry**. Nova York: Grand Central Publishing, 2021. 320 p.

SCHÜTZE, F. Pesquisa biográfica e entrevista narrativa. In: WELLER, W.; PFAFF, N. (Org.). **Metodologias da pesquisa qualitativa em educação: teoria e prática**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2011. p. 210-222.

SICILIANO, M. L. **Creative Control: The Ambivalence of Work in the Culture Industries**. Nova York: Columbia University Press, 2021.

SHAW, Adrienne. Do you identify as a *gamer*? Gender, race, sexuality, and *gamer* identity. **New Media & Society**, v. 14, n. 1, p. 28-44, 2012.

SHAW, A. **Gaming at The Edge: Sexuality and Gender at the Margins of Videogame Culture**. Minneapolis, University of Minnesota Press, 2014. 304 p.

SHAW, A.; SCHNORRENBURG, J.; RUDOLPH, S. **Rainbow Arcade: Over 30 Years of Queer Video Game History**. Borsdorf: Winterwork, 2019. 164 p.

SIGNORINI, I.; LUCENA, M. I. Linguagem e economia política em ativismos no *Twitter* sobre o uso de 'linguagem neutra'. **Revista da ABRALIN**, [S. l.], v. 22, n. 1, 2023. DOI: 10.25189/rabralin.v22i1.2143. Disponível em: <https://revista.abralin.org/index.php/abralin/article/view/214> 3. Acesso em: 1 Jul. 2025.

SOUZA, R. Isadora Basile, apresentadora do Xbox News, é demitida após sofrer ameaças. In: **Canaltech**, 18 Out. 2020. Disponível em: <https://canaltech.com.br/games/isadora-basile-apresentadora-do-xbox-news-e-demitida-apos-sofrer-ameacas-173197/> Acesso em: 30 Out. 2023.

STANFILL, M. **Exploiting Fandom: How the Media Industry Seeks to Manipulate Fans**. Iowa: University of Iowa Press, 2019.

CORBIN, J.; STRAUSS, A. **Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2015.

TAYLOR, T. L. Becoming a Player: Networks, Structures and Imagined Futures. In: KAFAL, Y. B.; et al. (Ed.). **Beyond Barbie & Mortal Kombat: New Perspectives on Gender and Gaming**. Cambridge: The MIT Press, 2011. p. 51-65.

TAYLOR, T. L. **Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming**. Nova Jersey: Princeton University Press, 2018.

TORRES FERNÁNDEZ, José Javier. Chosen Families and Feminist Mothering in The Ballroom Community: Blanca Evangelista from Pose. **RAUDEM. Revista de Estudios de las Mujeres**, [S. l.], v. 8, p. 162–188, 2020. DOI: 10.25115/raudem.v8i0.4175. Disponível em: <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/RAUDEM/article/view/4175> . Acesso em: 1 Jul. 2025.

TRAMMELL, Aaron. Torture, play, and the black experience. **G| A| M| E Games as Art, Media, Entertainment**, v. 1, n. 9, 2020.

VARADARAJAN, P; MENON, A.P. Cause-Related Marketing: A Coalignment of Marketing Strategy and Corporate Philanthropy. **Journal of Marketing**, v.52, n. 3, 1988. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002224298805200306> >. Acesso em: 18 Nov. 2020.

WEBB, Brian; MALLON, Bride. A method to bridge the gap between breadth and depth in IS narrative analysis. **Journal of the Association for Information Systems**, v. 8, n. 7, p. 24, 2007.

WILLIAMS, Ken. **Not All Fairy Tales Have Happy Endings: The rise and fall of Sierra On-Line**. Morrisville: Lulu Press, 2020.

WOODCOCK, John. **Marx no fliperama:** videogames e luta de classes. São Paulo: Autonomia Literária, 2020.

ZEISLER, Andi. **We Were Feminists Once:** From Riot Grrrl to CoverGirl, the Buying and Selling of a Political Movement. Nova York: PublicAffairs, 2016.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
Diretoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação
COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

O Comitê de Ética é responsável por assegurar os cuidados éticos da pesquisa com seres humanos.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

Você está sendo convidada a participar como voluntária do estudo “Entre mulheres empoderadas e empresas poderosas: uma análise das estratégias de comunicação das streamers feministas de videogames no Brasil”, pesquisa desenvolvida pela doutoranda Beatriz Blanco, estudante do programa de pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (RS), como seu projeto de tese para a obtenção do título de doutora em comunicação, orientada pela Profª Dr.ª Jiani Adriana Bonin. Sua participação acontecerá por meio de uma entrevista concedida à pesquisadora. A proposta deste termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE) é explicar tudo sobre a entrevista e solicitar a sua permissão para que a mesma seja publicada na tese de doutorado acima mencionada e em meios científicos como revistas, congressos e/ou reuniões científicas de profissionais da comunicação ou afins. Caso algum ponto do termo não esteja claro, contate a pesquisadora para explicações.

O objetivo desta pesquisa é mapear as práticas profissionais de mulheres brasileiras que trabalham como streamers de videogames no país e se posicionam abertamente como feministas. A importância e benefícios deste levantamento ocorrem pela possibilidade de uso dos resultados desse estudo na melhora das condições de trabalho dessas profissionais, e no mapeamento e enfrentamento dos riscos que envolvem suas atividades como, por exemplo, o cyberbullying.

Caso aceite participar deste estudo, participará de uma entrevista narrativa realizada de forma totalmente online na plataforma Discord e gravada pelo software OBS Studio. Estas ferramentas foram escolhidas pelo seu uso entre a comunidade gamer, proporcionando um ambiente próximo ao vivenciado pelas entrevistadas em seu trabalho. O Discord também foi selecionado por ser um serviço cem por cento criptografado para chamadas de voz e vídeo. A entrevista narrativa dura por volta de uma hora, e as perguntas serão direcionadas apenas para sua vivência profissional e suas experiências com o feminismo. Você poderá consultar o teor das perguntas antes de participar da entrevista. A conversa será registrada em áudio e vídeo, ou apenas áudio, se assim preferir, e você poderá solicitar uma cópia do registro da entrevista a qualquer momento do estudo. A entrevista só ocorrerá após a assinatura e envio do TCLE, processo que pode ser feito totalmente por meios digitais. É importante que a voluntária guarde uma cópia deste documento após sua assinatura.

Como possível risco desta pesquisa, existe a possibilidade de vazamento de dados e identificação das participantes, o que pode acarretar prejuízos à atuação profissional das mesmas. Para minimizar essa possibilidade, o seu relato será anonimizado na escrita e divulgação dos resultados desta pesquisa, de forma a inviabilizar sua identificação. Serão divulgados apenas dados contextuais gerais, como dados demográficos, sem especificar nenhuma informação. Por exemplo, em vez de informar a sua idade precisa, o texto da tese trará a informação de faixa etária a qual pertence. Outra medida de segurança é que a gravação e transcrição da entrevista ficarão armazenados em uma pasta com senha em um dispositivo de armazenamento interno não conectado à internet, e não serão postados em nenhum serviço online de armazenamento em nuvem.

CEP – UNISINOS
VERSÃO APROVADA
Em 05/04/2024



UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
Diretoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação
COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

O Comitê de Ética é responsável por assegurar os cuidados éticos da pesquisa com seres humanos.

Sua participação nesta entrevista é totalmente voluntária. Caso decida não participar, ou ainda, desistir de participar e retirar seu consentimento durante a realização da entrevista, não haverá nenhum prejuízo e sua entrevista não será incluída no estudo. Você pode se recusar a responder qualquer pergunta em qualquer momento da entrevista, assim como pedir a remoção de trechos específicos do estudo, também a qualquer momento anterior à finalização e entrega da tese. Os dados obtidos pela sua participação serão utilizados exclusivamente para fins de pesquisa.

Não está previsto nenhum tipo de pagamento pela sua participação nesta entrevista.

É garantido o livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre a entrevista e suas consequências, enfim, tudo o que queira saber antes, durante e depois da sua participação.

Caso tenha dúvidas, poderá entrar em contato com a pesquisadora responsável Beatriz Blanco, pelo telefone (11) 98087 6775 e/ou pelo e-mail biablancaelric@gmail.com.

Após receber este termo e tomar ciência da pesquisa e de suas garantias, se não tiver dúvida, assine o documento e envie um print o a versão em pdf ao e-mail biablancaelric@gmail.com.

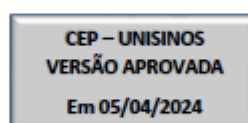
Agradeço imensamente sua participação e disposição em relatar suas experiências para este estudo.

_____, ____/_____/2024.

Nome da participante

Assinatura da participante

B. Blanco
Beatriz Blanco
Pesquisadora



APÊNDICE B – SOBRE AS TRANSCRIÇÕES DAS ENTREVISTAS

Devido ao tema sensível desta tese e ao risco de expor as profissionais participantes a serem identificadas, a íntegra das transcrições não está reproduzida neste documento. Caso tenha interesse no material para fins de pesquisa, ele pode ser solicitado diretamente à autora por meio do e-mail biablancaelric@gmail.com . Todos os trechos relevantes para a análise aqui apresentada estão reproduzidos no texto desta tese.