

## **Ciências Sociais: teoria e método na pesquisa em ambientes digitais<sup>1</sup>**

**Ana Idalina Carvalho Nunes<sup>2</sup>**  
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

**Diego Lucas Nunes de Souza<sup>3</sup>**  
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

### **Resumo**

Este artigo busca trazer alguns caminhos teóricos e metodológicos possíveis para o desenvolvimento de etnografias digitais no campo das Ciências Sociais. A proposta é construir um diálogo entre diferentes épocas e contextos, abordando teorias e métodos que podem ser utilizados em pesquisas que buscam compreender as interações sociais mediadas pela tecnologia. Tomando como ponto de partida a experiência etnográfica no ambiente digital do *game* vivida pelos autores deste trabalho, a proposta não é tentar apresentar uma espécie de guia de orientação, mas apenas delinear alguns dos caminhos que vêm sendo trilhados por nós, com a intenção de suscitar novas ideias que venham a contribuir para um olhar mais amplo sobre a temática e contribuir para outros estudos em andamento.

Palavras-chave: Etnografia digital; Antropologia digital; *Game*;

### **1. Introdução**

Principalmente a partir do período da pandemia mundial, em 2020, quando o isolamento social levou empresas, escolas e outras instituições a reconfigurarem sua forma de funcionamento para o espaço digital, se multiplicaram os estudos nas mais diversas áreas sobre fenômenos situados nesse contexto. A grande dificuldade encontrada por pesquisadores e pesquisadoras que se atreveram a estudar interações e fenômenos situados em um campo de pesquisa ainda tão pouco conhecido foi, sem dúvida, reunir uma base teórica e metodológica que pudesse nortear os novos estudos. Assim, da mesma

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Eixo Temático 24 (Teorias e técnicas de pesquisa na internet) do XV Simpósio Nacional da ABCiber, realizado online nos dias 07 a 09 de dezembro de 2022.

<sup>2</sup> Doutoranda em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Bolsista FAPEMIG. E-mail: idalinadecarvalho@gmail.com

<sup>3</sup> Doutorando em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Bolsista CAPES. E-mail: di.lucas2@gmail.com

---

forma como as instituições tiveram que se reconfigurar e adaptar sua estrutura para operarem no modo digital, os pesquisadores também precisaram adaptar conceitos e situações apresentadas por teóricos em décadas anteriores para tornar possível a construção de suas análises.

Nesse contexto, os diversos estudos que vêm sendo desenvolvidos dentro das universidades contribuem para uma visão mais ampla desse processo de reconfiguração que se tornou evidente a partir do início da pandemia mundial. O compartilhamento dessas experiências de pesquisa tem sido de fundamental importância para os novos pesquisadores que buscam explicar comportamentos e fenômenos do ambiente digital: elas guiam análises e norteiam o percurso etnográfico de graduandos e pós-graduandos das mais diferentes áreas. As dificuldades enfrentadas no início de nossas pesquisas no ambiente digital, bem como os relatos de outros estudantes que vivem experiências semelhantes às nossas, são fatores que justificam a produção deste artigo, cujo objetivo é promover uma comparação entre teorias e métodos formulados a partir de contextos e espaços diferentes, na busca pela construção de caminhos que permitam um diálogo entre o mundo atual e o digital.

Para atender ao objetivo deste artigo, discorreremos sobre as ‘trocas simbólicas’ de Marcel Mauss (2003), os caminhos apontados por Bronislaw Malinowski (1978) para a incursão etnográfica e, por fim, sobre o interacionismo simbólico de Herbert Blumer e Erving Goffman (2004), buscando investigar as possibilidades de diálogo entre o contexto em que estavam situadas as suas pesquisas e o contexto digital. Para compreender a dinâmica que move esse novo campo de estudo, especialmente no que se refere às questões éticas que envolvem a relação entre pesquisadores e pesquisados, orientamos nossas análises com base na obra de Robert Kozinets (2008). Por fim, o artigo traz considerações acerca da relevância da autoetnografia, enquanto aporte teórico e metodológico, para o desenvolvimento de pesquisas digitais, tomando como base os estudos de Adams, Jones e Ellis (2015). A questão a que se busca responder é: qual a importância desse diálogo para a construção de caminhos que possibilitem a validação científica da pesquisa antropológica e/ou sociológica no campo digital? Para responder a esta questão, trazemos algumas teorias e métodos utilizados em nossas pesquisas, ambas situadas no ambiente dos *games*.

---

## 2. Entre teoria e método: traçando a estrutura do campo de pesquisa

Publicada há um século atrás (1922), a obra “Argonautas do Pacífico Ocidental”, de Bronislaw Malinowski, permanece atual e dialoga perfeitamente com os novos contextos e tribos do ambiente digital. Na introdução de sua obra, que traz, como título, “Tema, método e objetivo desta pesquisa”, ele ressalta que, ao adentrar o seu campo de pesquisa, um etnógrafo deve, antes de qualquer procedimento, fazer um “levantamento geral de todos os fenômenos, e não um mero inventário das coisas singulares e sensacionais - e muito menos ainda daquilo que parece original e engraçado” (MALINOWSKI, 1978, p. 23) para conseguir se situar no ambiente e dar os seus primeiros passos. Malinowski (1978) traz uma série de orientações que foram de grande importância para os antropólogos das décadas vindouras. Nas primeiras páginas de sua obra, ele recrimina veementemente os relatos produzidos no passado, em que os nativos eram descritos a partir de uma caricatura infantil, um tipo de distorção que invalidava cientificamente o trabalho etnográfico. Malinowski (1978) recomenda que o pesquisador em campo analise, de forma séria e moderada, todos os fenômenos que ocorrem e não apenas aqueles que lhe causam “admiração ou estranheza”. Segundo ele, muitas vezes, é na observação e análise das situações e fatos mais comuns e rotineiros que se torna possível criar importantes hipóteses e até mesmo mudar o rumo da pesquisa. Para resumir, de forma clara, as orientações para uma boa condução da pesquisa etnográfica, Malinowski (1978) aponta três caminhos:

1) A organização da tribo e a anatomia de sua cultura devem ser delineadas de modo claro e preciso. O método de documentação concreta e estatística fornece os meios com que podemos obtê-las. 2) Este quadro precisa ser completado pelos fatos imponderáveis da vida real, bem como pelos tipos de comportamento, coletados através de observações detalhadas e minuciosas que só são possíveis através do contato íntimo com a vida nativa e que podem ser registradas nalgum tipo de diário etnográfico. 3) O corpus inscriptionum – uma coleção de asserções, narrativas típicas, palavras características, elementos folclóricos e fórmulas mágicas – deve ser apresentado como documento da mentalidade nativa (MALINOWSKI, 1978, p. 33).

A sua primeira recomendação é de que a incursão etnográfica tenha, de início, um caráter de ‘incursão exploratória’ – momento em que o etnógrafo vai buscar observar, consultar documentos e coletar informações sobre a estrutura organizacional da tribo. Trata-se de uma recomendação que podemos trazer para estudos situados nos mais dife-

rentes ambientes do espaço digital. Esse primeiro passo é que vai facilitar a comunicação com os membros daquele grupo e, mais que isso, vai tornar menos difícil a compreensão de seus dizeres e comportamentos. Sua segunda recomendação está diretamente ligada ao que dissemos anteriormente: ele sugere que o etnógrafo passe a anotar em seu diário de campo as suas observações sobre comportamento e situações que acontecem durante o contato cotidiano com os sujeitos de sua pesquisa. Por fim, como terceiro passo para atingir o propósito da pesquisa, Malinowski (1978) orienta que seja produzido um documento que apresente as características da mentalidade nativa – para conseguir isso, é necessário reunir e analisar as narrativas típicas dos membros do grupo estudado, as expressões e palavras utilizadas comumente na comunicação, o tipo de narrativas presentes no cotidiano, além dos “elementos folclóricos e fórmulas mágicas” (que podem envolver religiosidade, manifestações artísticas e crenças, por exemplo).

Conforme ressalta Malinowski (1978), “Até que se adquira prática em formular perguntas e entender respostas, tem-se a impressão desconfortável de que, através do inglês pidgin<sup>4</sup>, jamais conseguiremos comunicar-nos livremente com os nativos” (MALINOWSKI, 1978, p. 20). Nesse sentido, embora nossos estudos estejam situados em contextos e épocas totalmente diferentes, há algumas similaridades com as quais os etnógrafos se defrontam em suas pesquisas, seja em uma ilha do Pacífico Ocidental ou no campo de batalha do *game* Free Fire. Tentar entrevistar *gamers* e coletar informações sem ser *gamer* pode provocar sensação igual à descrita por Malinowski (1978), em que falamos dialetos diferentes e vivenciamos a dificuldade em compreender o que dizem ou pensam os nativos.

Quando um jogador diz que se sente ‘capudo’<sup>5</sup> ou que é um ‘rushador’<sup>6</sup>, que é preciso ‘lootear’<sup>7</sup>, todas essas expressões próprias do jogo dificultam a comunicação entre pesquisadores e pesquisados e essa dificuldade pode até mesmo levar a uma baixa participação dos sujeitos na pesquisa.

---

<sup>4</sup> Pidgin - uma língua que se desenvolveu a partir de uma mistura de duas línguas. É usado como forma de comunicação por pessoas que não falam a língua umas das outras. Fonte: Cambridge Dictionary (tradução nossa). Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/pidgin>. Acesso em 26 jan. 2023.

<sup>5</sup> Um jogador “capudo” é aquele que tem habilidade considerada de um jogador profissional (pró-player), ou seja, é aquele que consegue acertar muitos tiros na cabeça (*headshots*) nas partidas.

<sup>6</sup> “Rushador” é o jogador que, dentro do *squad* (grupo de 4 ou mais jogadores que disputam competições) toma iniciativa do ataque, agindo com agressividade e rapidez para eliminar o jogador ou *squad* rival.

<sup>7</sup> “Lootear” significa recolher, com rapidez, os equipamentos nos locais distribuídos nos locais apontados no mapa.

---

Tais dificuldades e outras enfrentadas no contato com os sujeitos da pesquisa levam a uma reflexão sobre os caminhos metodológicos seguidos por Malinowski e evidenciam a importância da autoetnografia na pesquisa antropológica. A autoetnografia é um aporte teórico e metodológico que usa a experiência vivida por pesquisadores no contato com o grupo estudado para evitar as narrativas fantasiosas e garantir maior profundidade a estudos sobre diferentes grupos sociais ou determinados conflitos que marcam as suas relações sociais. Segundo o professor Sílvio Matheus Alves Santos (2017)

o que caracteriza a especificidade do método autoetnográfico é o reconhecimento e a inclusão da experiência do sujeito pesquisador tanto na definição do que será pesquisado quanto no desenvolvimento da pesquisa (recursos como memória, autobiografia e histórias de vida, por exemplo) e os fatores relacionais que surgem no decorrer da investigação (a experiência de outros sujeitos, barreiras por existir uma maior ou menor proximidade com o tema escolhido, etc.) (SANTOS, 2017, p. 219)

No caso das duas pesquisas que guiam a produção deste artigo, podemos dizer que a autoetnografia está presente de formas diferentes: há aqui uma pesquisadora que se tornou *gamer* e um *gamer* que se tornou pesquisador. No primeiro caso, mesmo nascendo no jogo sob a forma de uma personagem, não é possível tornar-se, instantaneamente, uma nativa do jogo, adquirir a essência de jogadora. Para sentir como se sentem os *gamers* e significar o mundo a partir daquele olhar seria preciso viver o jogo, ser parte do próprio jogo em tempo integral. Sob este aspecto, é possível dizer que a primeira pesquisa, embora busque auxílio teórico e metodológico da autoetnografia, tem características que apontam mais para o tipo de etnografia tradicional de Malinowski (1978).

Já no segundo caso, há uma espécie de amor pelo jogo, há uma história envolvida, são mais de quatro anos de vivência do pesquisador como *gamer* e como líder de uma guilda<sup>8</sup> competitiva. Trata-se de uma experiência feita de ‘carne e sangue’, de noites mal dormidas, conflitos, fortes emoções, gastos financeiros, sonhos grandiosos (alguns irreali-

---

<sup>8</sup> Guilda é uma espécie de clã (família), comunidade que reúne jogadores, comandados por um líder, com o propósito de juntar players para que eles possam jogar juntos, aumentando sua eficácia e ampliando suas chances de conseguir mais vitórias e pontos. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/2019/02/guilda-no-free-fire-entenda-como-funciona-e-veja-como-criar-a-sua.ghtml>. Acesso em: 27 jan. 2023.

---

záveis, além de uma rede de relações sociais que extrapolam o digital e invadem a vida cotidiana. Assim, podemos dizer que o *gamer* que se tornou pesquisador desenvolve uma autoetnografia em essência. A autoetnografia pode ser um importante recurso para facilitar o delineamento da estrutura dos grupos, suas características, normas, linguagem e do próprio comportamento dos seus membros. Estudar os *games* sem ser *gamer* pode levar o pesquisador a lançar sobre aquele grupo social um olhar de não-*gamer*, marcado pelo preconceito ou, vezes outras, pelo critério científico.

Adams, Jones e Ellis (2015), em sua obra *Autoethnography: Understanding Qualitative Research*, explicam a autoetnografia como um método de pesquisa que lança mão da vivência do pesquisador para melhor descrever uma determinada experiência cultural, crença ou prática na sociedade. A autoetnografia, segundo os autores, busca reconhecer e valorizar a relação do pesquisador com os outros sujeitos da pesquisa, para mostrar mais claramente o modo de vida das pessoas e o significado das suas lutas cotidianas (ADAMS, JONES, ELLIS, 2015, p. 13).

Assim, ao assumir esse caminho teórico e metodológico, os autoetnógrafos criam uma maior possibilidade de compreender o processo da sua própria interação social com o ambiente estudado, deixando visíveis as suas emoções e percepções, contrariamente à ideia de construção da pesquisa social enquanto um tipo de conhecimento objetivo, marcado pela neutralidade e distanciamento do pesquisador ou pesquisadora, com base apenas em métodos. Nesse aspecto, a autoetnografia é, segundo Ellingson e Ellis (2008), uma "resposta crítica aos efeitos alienantes sobre os pesquisadores e o público de reivindicações impessoais, impessoais e abstratas da verdade geradas por tais práticas de pesquisa e revestidas de um discurso científico excludente" (ELLINGSON & ELLIS, 2008, p. 450).

Como objetivo final da autoetnografia, Adams, Ellis e Jones (2017) apresentam a criação de textos com uma linguagem que alcance públicos mais amplos, para além do meio acadêmico e científico. A acessibilidade da pesquisa, segundo os autores, é um tipo de recurso que pode ser utilizado para conseguir atingir e envolver tanto o público acadêmico como o não acadêmico (ADAMS, 2017, p. 4-5).

### **3. As interações sociais nas comunidades digitais de *gamers***

---

O papel do interacionismo simbólico nas Ciências Sociais é promover a emergência do indivíduo como o intérprete do mundo e, para isso, apresenta uma metodologia que privilegia sua visão de mundo. Para falar sobre essa metodologia, é importante iniciar a explanação lançando luz sobre a gênese do interacionismo, elucidando as correntes teóricas e estudiosos que exerceram influência no seu surgimento, entre os quais Georg Herbert Mead se configura como o principal precursor. É igualmente importante citar Herbert Blumer, aluno de Mead e membro da Escola Sociológica de Chicago na década de 1930, responsável pela formulação das primeiras teorias do interacionismo simbólico, empregando princípios e conceitos da psicologia social de seu mestre no estudo do comportamento coletivo.

De acordo do Joas (1999), Blumer foi quem cunhou, em 1938, o nome para essa linha de pesquisa da sociologia e sociopsicologia, cujo “enfoque são os processos de interação - ação social caracterizada por uma orientação imediatamente recíproca -, ao passo que o exame desses processos se baseia num conceito específico de interação que privilegia o caráter simbólico da ação social” (JOAS, 1999, p.130). Blumer fundamentou o interacionismo sobre três premissas:

A primeira estabelece que os seres humanos agem em relação ao mundo fundamentando-se nos significados que este lhes oferece. [...]. A segunda premissa consiste no fato de os significados de tais elementos serem provenientes da ou provocados pela interação social que se mantém com as demais pessoas. A terceira premissa reza que tais significados são manipulados por um processo interpretativo (e por este modificados) utilizado pela pessoa ao se relacionar com os elementos com que entra em contato (BLUMER, 1980, p. 119).

Ele indica, em sua primeira premissa, que a maneira como uma pessoa interpreta os fatos e atua diante de outras pessoas ou coisas vai depender diretamente da maneira como ela significa tais pessoas ou coisas. A segunda das premissas destaca que esse significado é, contudo, produzido a partir dos processos de interação social; e, por último, Blumer ressalta que esses significados construídos pelas pessoas podem sofrer transformações ao longo do tempo. O pensamento e a linguagem, assim estão em interação constante e recíproca com as três premissas: o pensamento tem a capacidade de modificar as interpretações, ao passo que a linguagem (tanto a verbal quanto a gestual) se mostra como um recurso que as pessoas utilizam para interagir socialmente. A partir das

---

premissas, pode-se compreender um quadro onde a ação dos atores tem origem na significação, que essa significação tem origem na interação social e que, a partir do momento em que os atores empregam as significações em suas interações sociais, as significações são transformadas. Consistindo em um dos elementos essenciais de que o interacionismo se utiliza para compreender o comportamento humano, bem como as interações e processos que o envolvem, o significado consiste em um produto social, um tipo de criação que provém das ações das pessoas enquanto elas interagem. (BLUMER, 1980, p. 120)

Erving Goffman deu uma outra direção para o interacionismo de Blumer, ao considerar a influência que as estruturas exercem sobre as ações sociais. O ponto central de seus estudos é a comparação que ele faz da vida em sociedade com uma encenação teatral: para ele, a vida é como um palco onde as pessoas encenam diferentes papéis, a depender dos lugares e dos outros com quem interagem. Ele parte do pressuposto de que o significado de cada interação se define a partir da consideração dos papéis, da hierarquia e expectativas dos interlocutores: segundo ele, é partir da observação dos sujeitos e da identificação do elemento que está em jogo em uma determinada interação, que os sujeitos se organizam e constroem uma imagem que melhor defina o seu ‘eu’ e que atenda aos seus propósitos, seja de forma consciente ou não consciente.

Em se tratando das interações sociais dentro do espaço digital, embora elas não ocorram face a face, é possível também observar a questão da representação teatral, seja em *lives*, vídeos e, em se tratando mais especificamente do ambiente *gamer*, até mesmo na seleção de jogadas que são postadas no Instagram ou em outras plataformas pelos jogadores. O personagem dentro do campo de batalha é uma representação da imagem que o *gamer* busca mostrar para os outros daquele grupo social, com vistas a obter um maior prestígio no meio e angariar patrocínios e até mesmo contratos financeiros, através de uma comunicação não verbal. A partir da obra “A representação do eu na vida cotidiana”, de Goffman (2002), se torna possível analisar essa dinâmica de construção da autoimagem nas redes sociais. Ele presume que as coisas reais que a vida apresenta, na maioria das vezes, são ensaiadas, como se tratasse de uma encenação teatral com todos os seus elementos:

Presume-se que a vida apresenta coisas reais e, às vezes, bem ensaiadas. Mais importante, talvez, é o fato de que no palco um ator se apresenta sob a máscara

---

de um personagem para personagens projetados por outros atores. A platéia constitui um terceiro elemento da correlação, elemento que é essencial, e que, entretanto, se a representação fosse real, não estaria lá. Na vida real, os três elementos ficam reduzidos a dois: o papel que um indivíduo desempenha é talhado de acordo com os papéis desempenhados pelos outros presentes e, ainda, esses outros também constituem a plateia. (GOFFMAN, 2002, p. 9)

A construção de uma imagem que atraia seguidores é o objetivo de grande parte dos *youtubers*, *tiktokers* e influenciadores que estão hoje presentes no espaço digital. Para atingir o sucesso e ter retorno financeiro, há uma regra básica: construir uma imagem que esteja em conformidade com os estereótipos criados pela sociedade digital. Especialmente no universo *gamer* do Free Fire, os estereótipos estão subentendidos nas condições expressas na seção “1. Quais os requisitos mínimos para participar?” do site do Programa de Criadores de Conteúdos do Free Fire.<sup>9</sup> Podemos dizer, sem o risco de errar, que o maior sonho dos milhões de jovens que jogam Free Fire no Brasil e no mundo é o de se tornarem influenciadores da Garena<sup>10</sup> - posição que pode lhes garantir uma grande ascensão social, oportunidade de mudar a própria vida e a de toda a sua família.

Dessa forma, na nossa experiência de pesquisa, oferecer visibilidade como moeda de troca foi fundamental para conseguirmos a participação de *gamers* nas duas pesquisas em andamento. Para tornar possível essa troca, foram criados um canal no YouTube, perfil no Instagram e um site para compartilhamento de etapas das pesquisas e para publicar vídeos com algumas entrevistas concedidas<sup>11</sup>. A veiculação dos vídeos consiste em uma espécie de troca de amabilidades, uma retribuição à grande contribuição que os participantes trazem para a produção de conhecimento científico acerca do Free Fire, esse fenômeno que reúne milhões de usuários no espaço digital diariamente no mundo.

Não apenas no campo digital, mas em qualquer contexto etnográfico, pode ser que o pesquisador precise adotar costumes que fazem parte daquela cultura ou grupo social, a fim de conseguir interagir com maior fluidez. Marcel Mauss (2003) se refere a essa dinâmica em seu “Ensaio sobre a dádiva”, apresentando as trocas simbólicas como uma

---

<sup>9</sup> FFCP: Free Fire Creators Program. Disponível em: < <https://www.ffcp.com.br/quero-fazer-parte/> > Acesso em 25 jan. 2023

<sup>10</sup> Fundada em 2009 como uma plataforma de jogos on-line, a Sea Limited é a empresa que mais valoriza no mundo atualmente. No Brasil, é mais conhecida por seu braço de games, a Garena, produtora do Free Fire. Disponível em: < <https://oglobo.globo.com/economia/poucoconhecida-sea-a-empresa-que-mais-se-valoriza-no-mundo-1-24577322> > Acesso em 26 jan. 2023.

<sup>11</sup> Veículos de divulgação da pesquisa de Ana Idalina: Site: [www.ciberculturagame.com](http://www.ciberculturagame.com) / Canal do YouTube: <https://www.youtube.com/@NUNES.AIC-pesquisadoraUFJF> / Instagram: @cibercultura.game

---

espécie de mistura entre sentimentos e coisas, já que as retribuições de gentilezas não envolvem necessariamente um pagamento, mas cortesias em que “Misturam-se as almas nas coisas, misturam-se as coisas nas almas. Misturam-se as vidas, e assim as pessoas e as coisas misturadas saem cada qual de sua esfera e se misturam: o que é precisamente o contrato e a troca” (MAUSS, 2003, p. 212).

Nas interações sociais entre pesquisadores e personalidades do ambiente digital, a visibilidade é uma valiosa dádiva para se oferecer aos que concordam em contribuir com o desenvolvimento de uma pesquisa científica. Essas trocas simbólicas são abordadas por Mauss (2003) em sua obra, através da descrição da prática do “Potlatch” nas sociedades primitivas de indígenas dos Estados Unidos e Canadá do século XIX. Segundo ele, um rito marcado por “banquetes, feiras e mercados, que são ao mesmo tempo a assembleia solene da tribo” em que ocorrem trocas que envolvem, desde presentes até favores políticos e jurídicos:

casamentos, iniciações, sessões de xamanismo e culto dos grandes deuses, dos totens ou dos ancestrais coletivos ou individuais do clã, tudo se mistura numa trama inextricável de ritos, de prestações jurídicas e econômicas, de determinações de cargos políticos na sociedade dos homens, na tribo e nas confederações de tribos, e mesmo internacionalmente. (MAUSS, 2003, p. 192)

Em seus estudos, Mauss (2003) evidenciou a relevância dos elementos rituais como um valor simultaneamente material e simbólico na sociedade humana. Importante ressaltar que essa prática de trocas ainda é visível nas sociedades humanas do século XXI, tanto na interação entre grupos sociais quanto nas relações políticas e econômicas em nível nacional e internacional.

Na interação entre pesquisadores e personalidades do espaço digital, essas trocas beneficiam ambas as partes: se, por um lado, os primeiros conseguem compreender melhor a dinâmica das interações com a ajuda dos sujeitos da pesquisa, por outro lado, os segundos captam novos elementos para apresentar sua imagem, o que pode criar um diferencial em suas redes e contribuir para a ampliação do número de visualizações de seus vídeos, monetizando seus canais. Além disso, especialmente em se tratando do ambiente competitivo do *game* Free Fire, a divulgação das entrevistas lhes dá a chance de serem vistos e ouvidos por um público mais diversificado, o que amplia o seu prestígio social e pode, inclusive, favorecer o surgimento de outras oportunidades do mesmo

---

gênero. Importante destacar, mais uma vez, que a ampliação da visibilidade dos *gamers* é fundamental para que ele consiga sucesso e ascensão social no meio digital.

Em se tratando de *gamers influencers*, há uma série de expectativas que eles devem cumprir para que consigam realizar o seu sonho de sucesso, entre os quais ser engraçado e fazer rir parece ser imprescindível, conforme relata JW Rocha, sergipano de 29 anos, em entrevista veiculada no canal da pesquisa em 23 de outubro de 2021. Na ocasião, ele deixou claro o seu sonho de se tornar um famoso *streamer*<sup>12</sup>, de se profissionalizar como tal, viajar e ser reconhecido em toda parte como JW, “uma pessoa que traz alegria para as pessoas através de um monitor”. Segundo ele, para conseguir atingir tal patamar, há uma série de expectativas a atender: “Eu tenho que ser amigo, eu tenho que ser um jogador bom, eu tenho que passar alegria pra eles e fazer as pessoas gostarem do JW. E eu sei que não é de um dia pro outro que vai dar tudo certo”.<sup>13</sup>

Essa tentativa de se adequar aos estereótipos digitalmente criados é fundamental para conseguir sucesso na concretização de projetos profissionais nesse contexto. Quando um(a) influenciador(a) já famoso, por exemplo, foge da regra e se desvia das expectativas de seus seguidores, ou seja, quando frustra o estereótipo criado e deixa de se enquadrar no perfil do seu tipo social, corre o risco de ser “cancelado”<sup>14</sup> e se tornar vítima de uma série de agressões verbais que podem, inclusive, gerar adoecimento mental. Mesmo quando se trata de interações no Facebook, por exemplo, onde as publicações não geram monetização ou mesmo uma grande visibilidade no meio digital, essas expectativas são criadas e as reações surgem, como *likes*, comentários positivos ou negativos, compartilhamentos ou até mesmo a ausência de tudo isso. De acordo com Goffman (1988),

Baseando-nos nessas pre-concepções, nós as transformamos em expectativas normativas, em exigências apresentadas de modo rigoroso. Caracteristicamente, ignoramos que fizemos tais exigências ou o que elas significam até que surge uma questão efetiva. Essas exigências são preenchidas? É nesse ponto, provavelmente, que percebemos que durante todo o tempo estivemos

---

<sup>12</sup> Expressão advinda do termo *streaming*, que se refere a um criador de conteúdo digital, que faz transmissões de vídeo ao vivo ou apenas gravações de vídeo para publicar na internet.

<sup>13</sup> *STREAMERS FREE FIRE* - O streamer JW Rocha é entrevistado pela pesquisadora Ana Idalina C. Nunes. Entrevista publicada no dia 23 out. 2021 no canal Ciberultura.Game. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=apto\\_UyTy1w&t=364s](https://www.youtube.com/watch?v=apto_UyTy1w&t=364s)> Acesso em 26 jan. 2023

<sup>14</sup> “Cultura do cancelamento é um fenômeno das redes sociais que visa boicotar e banir pessoas, eventos ou marcas que assumem comportamentos considerados incorretos ou que ferem os valores de um grupo de pessoas” Disponível em: <<https://www.significados.com.br/cultura-do-cancelamento/#:~:text=Cultura%20do%20cancelamento%20%C3%A9%20um,de%20um%20grupo%20de%20pessoas>> Acesso em: 26 jan. 2023

---

fazendo algumas afirmativas em relação àquilo que o indivíduo que está à nossa frente deveria ser. (GOFFMAN, 1988, p. 11)

Essas expectativas, contudo, são criadas tanto por quem publica quanto por quem se manifesta, gerando um movimento incessante nas significações e interpretações de ambas as partes - o que leva a interação a assumir novos aspectos de forma incessante. Nesse contexto, é importante destacar que a ‘face’ de que fala Goffman não está situada na dimensão psíquica do indivíduo, mas na sua interação com os outros; a face emerge e provém, segundo ele, da interpretação e representação de papéis:

Embora essa imagem seja acolhida em relação ao indivíduo, de modo que lhe é atribuído uma personalidade, este “eu” não se origina de seu possuidor, mas da cena inteira de sua ação, sendo gerado por aquele atributo dos acontecimentos locais que os torna capazes de serem interpretados pelos observadores. [...] Este “eu” é um “produto” de uma cena que se verificou, e não uma causa dela. Ao analisar o “eu”, então somos arrastados para longe do seu possuidor, da pessoa que lucrará ou perderá mais em tê-lo, pois ele e seu corpo simplesmente fornecem o cabide no qual algo de uma construção 73 colaborativa será pendurado por algum tempo. E os meios para produzir e manter os “eus” não residem no cabide. Na verdade, frequentemente esses meios estão aferrolhados nos estabelecimentos sociais (GOFFMAN, 2002, p. 231).

Em suma, a identidade transparece por meio da interpretação e por isso está sempre na dependência do outro. Somente através dos jogos de insinuações é que se torna possível identificar a face do outro. A identificação desses jogos favorece uma melhor leitura de situações nas mais diversas redes de comunicação do ambiente digital.

Na veiculação de entrevistas ou na escrita de um artigo ou pesquisa é de fundamental importância, dessa forma, manter uma preocupação ética com a imagem dos participantes que, no caso de personalidades do mundo digital, é a sua ferramenta de trabalho. No caso de influenciadores, são eles próprios a mercadoria.

#### **4. A ética na etnografia digital**

Diante dessa seriedade necessária no trato com dados, informações e com a imagem na pesquisa em ambientes digitais, é imprescindível trazer para esta discussão as considerações apresentadas por Robert Kozinets, em sua obra “Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online” (2010). O oitavo capítulo do livro, intitulado “Realizando netnografia ética”, traz um olhar jurídico sobre a questão do uso de dados e preservação

da identidade dos pesquisados durante a netnografia, consistindo em uma espécie de manual de orientação ética na netnografia. Entre os juristas citados na obra, tem destaque o advogado e professor Tomas Lipinski, cuja área de estudo está voltada para os as questões éticas com as quais se deparam pesquisadores que têm, como campo de estudo os blogs, chats, fóruns, redes sociais e demais comunidades digitais. (KOZINETS, 2010, p. 137).

No que se refere à identificação de sujeitos que participam da pesquisa, Lipinski (2006) recomenda que se evite identificá-los por meio do nome verdadeiro. Até mesmo quando se opta por utilizar apenas o *nickname* (apelido) do participante, há o risco de identificação, caso o entrevistado seja conhecido no meio digital – nesse caso, o *nickname* levaria instantaneamente à identificação do nome verdadeiro (apud KOZINETS, 2010, p. 137). No caso do ambiente digital dos *games*, por exemplo, a associação do *nickname* com o nome verdadeiro de um jogador profissional ou de um influenciador ocorre de maneira instantânea: Nobru é Bruno Góes, Cerol é Lúcio dos Santos Lima, Babi é Bárbara Passos e Camilota é Camila Silveira. Nesses casos, o caminho pode ser outro, conforme recomenda Kozinets (2010):

Nomes reais só devem ser usados com a permissão explícita por escrito do indivíduo, a não ser que essa pessoa seja indiscutivelmente uma figura pública. No uso de nomes reais, o pesquisador respeita os direitos autorais reivindicados pelo indivíduo, e também confirma que o participante é o verdadeiro autor do trabalho. Ao usar nomes reais, o pesquisador deve ter o cuidado de omitir material potencialmente prejudicial ao indivíduo se revelado. (BRUCKMAN apud KOZINETS, 2010, p. 144)

A partir da consideração da amplitude que a informação alcança no ambiente digital, é preciso ter muita atenção com os dados divulgados. Quando se trata de uma autoetnografia digital, alguns riscos podem ser previstos, já que o(a) pesquisador(a) é integrante de uma comunidade virtual – ele(a) não é apenas um(a) observador(a) participante, é o próprio nativo. Através das relações cotidianas com os outros membros da comunidade, saberá o que deve ser dito, terá uma maior familiaridade com outros membros para conseguir a adesão e, por fim, conseguirá evitar constrangimentos e até mesmo algum dano moral a participantes, por alguma falha na condução ética do estudo. Quando os participantes da pesquisa são maiores de 18 anos, uma alternativa para atrair a participação dos sujeitos é através dos formulários *online*, pois já trazem o

---

“consentimento implícito” no documento eletrônico. Nesse caso, Kozinets (2010) explica que o consentimento em participar do estudo é dado no momento em que ele clica no botão “aceitar”. (KOZINETS, 2010, p. 135). Segundo ele, há grande preocupação sobre a validade desse tipo de abordagem, pois não existem garantias de que as informações fornecidas são verdadeiras, como também não se pode ter certeza da idade de quem está respondendo ao formulário. Entretanto, ele toma como referência as considerações tecidas por Walter (2002, p. 213), segundo o qual, “muitos métodos, tradicionalmente aceitos, tais como pesquisas por correio e telefone, lidam com o mesmo tipo de incerteza sobre as pessoas serem realmente quem dizem que são” (WALTHER apud KOZINETS, 2010, p. 135). Dessa forma, é preciso que cada pesquisador seja capaz de delinear e estruturar o próprio caminho de pesquisa no ambiente digital, a partir de suas observações em campo, já que cada grupo social, comunidade ou plataforma digital tem dinâmica e características próprias. Mesmo dentro de uma mesma rede social há variações, dependendo dos seus frequentadores. Contudo, ele deixa clara a importância da honestidade do pesquisador na sua relação com os integrantes do grupo estudado no ambiente digital, ele deve ter a preocupação em “divulgar plenamente sua presença, afiliações e intenções aos membros da comunidade eletrônica durante todas as interações. (KOZINETS, 2010, p. 138). É preciso, para isso, buscar quem comanda, administra o espaço para, a partir de então, fazer contato com os seus usuários.

## **5. Considerações finais**

Ao final desta exposição de alguns caminhos teóricos e metodológicos selecionados por nós para o desenvolvimento de nossas pesquisas sobre *games*, reforçamos que nossa pretensão não foi de apresentar um roteiro ou uma espécie de guia para orientar colegas que estudam o ciberespaço, mas apenas trazer uma singela contribuição que possa provocar a construção de outros novos caminhos neste momento ainda inicial da temática no campo das Ciências Sociais. É preciso deixar claro que, em se tratando de um campo de pesquisa que está em permanente processo de atualização, todo o nosso percurso de pesquisa pode vir a ser uma peça no grande mosaico de relatos de pesquisas em ambientes digitais, que vão tornar possível olhar a forma como se deu o processo de construção de teorias e métodos para o estudo de fenômenos de um mundo reconfigurado

---

para o formato digital. A atualização é a palavra de ordem nos tempos atuais e até mesmo os conceitos criados se transformam rapidamente: Pierre Lévy nos trouxe os conceitos de atual e virtual para distinguir dois mundos. Christine Hine, no início de seus estudos sobre internet, distinguia os dois mundos como *online* e *offline*. E hoje já se chegou à conclusão de que não estamos diante de dois mundos, que eles existem impregnados um no outro e que vivemos nos dois simultaneamente - são realidades paralelas. Os dispositivos móveis mantêm crianças, adolescentes, jovens, adultos e idosos de todo o mundo conectados por tempo integral e, diante dessa realidade, o nosso grande desafio é tentar compreender a estrutura, a dinâmica e influência dessas interações que envolvem humanos e não-humanos sobre a sociedade do século XXI.

## 6. Referências

ADAMS, T.; JONES, S. Holman; ELLIS, C. **Autoethnography: Understanding Qualitative Research**. Nova York: Oxford University Press, 2015.

BLUMER, Herbert. A natureza do interacionismo simbólico. In: **Teoria da comunicação: textos básicos**. MORTENSEN, C. D. (Org). São Paulo: Mosaico, 1980

GOFFMAN, E. **A representação do Eu na vida cotidiana**. 10 ed. Vozes: Petrópolis, 2002.

\_\_\_\_\_. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1988.

\_\_\_\_\_. **Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face**. tradução de Fábio Rodrigues Ribeiro da Silva. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

HINE, Christine. **Etnografia Virtual**. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad). Editorial UOC: tradução para o espanhol por Cristian P. Hormazábal, 2004.

KOZINETS, Robert. V. **Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** Trad. Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 2011.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2010.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo: Abril Cultural, 1978.



**XV Simpósio Nacional da ABCiber**  
Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura  
Curando Causas: Educação, trabalho e diversidade na era dos dados  
Online – 7 a 9/12/2022

---

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a dádiva**: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In Sociologia e Antropologia. São Paulo: Cosac Naif, 2003.

SANTOS, S. M. A.. **O método da autoetnografia na pesquisa sociológica**: atores, perspectivas e desafios. Plural, 24(1), 214-241. São Paulo: USP, 2017. Disponível em: . Acesso em 18 fev. 202