

# A VISIBILIDADE COMO TROCA SIMBÓLICA E A ÉTICA COMO PREOCUPAÇÃO NA ETNOGRAFIA DIGITAL EM GILDAS E REDES SOCIAIS DO *GAME* FREE FIRE<sup>1</sup>

Ana Idalina Carvalho Nunes (UFJF/MG)

Diego Lucas Nunes de Souza (UFJF/MG)

Palavras-chave: Antropologia digital – etnografia digital – trocas simbólicas.

## 1. Introdução

O presente artigo traz uma discussão acerca das questões éticas envolvidas em dois percursos etnográficos situados no ambiente digital do *game* Free Fire: o primeiro busca analisar a influência das interações sociais sobre o processo de atualização dos dois mundos - o digital e o atual. O segundo visa identificar a dinâmica de construção do papel social de *gamers* sob a inspiração da narrativa audiovisual dos influenciadores da Garena (desenvolvedora do *game*). A questão central que norteia o estudo é: quais os caminhos possíveis para desenvolver uma etnografia no ambiente digital do *game*, respeitando os preceitos da ética na pesquisa antropológica? Trata-se de uma empreitada que exige criatividade e responsabilidade para criar soluções que possam conceder aos sujeitos a visibilidade que desejam, sem expor determinadas informações que poderiam colocar em risco a sua segurança e seu bem estar. Conforme ressalta Kozinets (2014),

A ética não é uma seção de sua pesquisa que pode simplesmente ser “pregada” no final incluindo um parágrafo sobre aprovação do IRB na seção de métodos de um relatório. Ela altera a questão de pesquisa que você decide perseguir, os tipos de comunidade que você vai estudar, as abordagens e os métodos específicos que você vai usar, o tipo de dados que vai e não vai coletar, o modo como fará sua entrada na cultura, o tipo de perguntas que você fará aos membros da comunidade, o tipo de notas de campo que você vai manter e o tipo de análise que vai realizar, além de transformar significativamente a natureza do seu relatório final. Devido à natureza persistente e acessível das comunicações online, a ética está envolvida desde o começo de sua decisão de realizar uma

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na 33ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 28 de agosto a 03 de setembro de 2022.

Especialmente em se tratando de um universo tão pouco explorado por pesquisadores, como o ambiente *gamer*, marcado por um caráter de desterritorialidade em que é quase impossível identificar a autenticidade de identidades e informações, a questão ética exige um grau elevado de observação e uma certa inventividade de pesquisadores que se atrevem a realizar uma etnografia digital. Para cada propósito se torna necessário desenhar um caminho próprio, já que cada ‘comunidade virtual’<sup>2</sup> tem suas características próprias e formas de interação que fazem emergir questões éticas diferentes. Mesmo no que se refere aos dois percursos etnográficos aqui apresentados, ambos relacionados ao *game* Free Fire, não há uma receita, um modelo que possa ser seguido pelos dois pesquisadores - as pesquisas aqui abordadas percorrem caminhos teóricos e metodológicos diferentes, enfrentando dilemas éticos também diversos. Contudo, uma regularidade é encontrada nos dois percursos: a importância da visibilidade para os sujeitos investigados.

Visibilidade - esta é a uma moeda valiosa no ambiente *gamer* e talvez seja possível sugerir que a troca de gentilezas que ocorre entre nós - pesquisadores e os outros *gamers*<sup>3</sup>- consista em uma espécie de troca simbólica e que, de forma similar ao que ocorria nas sociedades mais primitivas, os envolvidos não sejam apenas os indivíduos, mas as “coletividades que se obrigam mutuamente, trocam e contratam [...]” (MAUSS, 2003, p. 190). Essas trocas, no passado como no presente, são marcadas por "misturas entre almas e coisas", são amabilidades, uma retribuição que, para os sujeitos das pesquisas aqui abordadas, geram também uma ampliação de oportunidades profissionais no meio digital.

Propomos aqui, a partir da comparação das duas experiências etnográficas, uma reflexão acerca das diferenças entre os tipos de abordagens e caminhos escolhidos para o seu desenvolvimento, bem como sobre a importância da oferta de

---

<sup>2</sup> Para Pierre Lévy, as comunidades virtuais são grupos “formados a partir das afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais” (LÉVY, 2010. p. 130). Considerando que as guildas do Free Fire são grupos que se reúnem sob a finalidade de obterem maiores benefícios e vantagens no jogo, é possível denominá-las como ‘comunidades virtuais’, conforme o conceito desenvolvido por Lévy.

<sup>3</sup> Dizemos aqui ‘os outros *gamers*’ porque, embora estejamos atuando como pesquisadores, também somos (ou estamos) *gamers* e pertencemos a uma guilda. Somos parte do grupo social pesquisado.

visibilidade como retribuição de gentileza aos que concordam em conceder entrevistas e/ou responder a formulários - uma espécie de pagamento imaterial pela contribuição com a pesquisa, uma amabilidade. De acordo com Mauss (2003), o que se troca “não são exclusivamente bens, riquezas, bens móveis e imóveis, coisas úteis economicamente. São, antes de tudo, amabilidades [...]” (MAUSS, 2003, p. 190).

## **2. As questões éticas em etnografias no ambiente *gamer***

Tomamos como base, neste estudo, as principais ideias desenvolvidas por Kozinets (2014), com ênfase no olhar jurídico sobre a questão do uso de dados e preservação da identidade dos pesquisados durante a netnografia. Sua abordagem se fundamenta em diversos autores ligados ao campo da lei, mostrando-se como uma espécie de manual de orientação ética na netnografia. Entre esses autores referenciados, Kozinets (2014) dá um destaque especial ao jurista, advogado e professor Tomas Lipinski (2006), que desenvolveu uma análise das questões legais que envolvem os protocolos éticos de pesquisadores que incursionam etnograficamente em blogs, chats, fóruns e outros espaços digitais, a fim de recolher dados para seus estudos (KOZINETS, 2014, p. 137). Entre os caminhos apontados por Lipinsk (apud Kozinets, 2014) para a condução ética de uma netnografia, vamos nos ater àqueles que norteiam os dois percursos etnográficos aqui apresentados, ambos relacionados ao *game* Free Fire.

Uma das recomendações apontadas por Lipinski (2006) é que “os pesquisadores evitem identificar os membros individuais da cultura por meio de seu verdadeiro nome, de seu pseudônimo *online*, ou outras informações de identificação” (apud KOZINETS, 2014, p. 137). Segundo ele, o grande risco da utilização de um *nickname* consiste na possibilidade de tal apelido levar à identificação de quem o utiliza. Na interação em redes sociais utilizadas por usuários do jogo, mais especialmente no caso de *gamers influencers*, a associação do *nickname* com o nome original é imediata: Nobru é Bruno Góes; Cerol é Lucio dos Santos Lima; Piuzinho é Ricardo Henrique Ferreira Baia. Essa associação se dá em razão de os próprios influenciadores levarem a público seus nomes originais – afinal, eles são referência, são pessoas públicas no ambiente *gamer*. Assim, no caso de uma pesqui-

sa que os tenha como sujeitos, não há a preocupação em proteger sua identidade, já que eles mesmos a expõem nas redes sociais. A grande preocupação ética – especialmente em casos como o da pesquisa aqui abordada, que trabalha com a análise de vídeos publicados em seus canais e nos canais de seus patrocinadores no YouTube – deve estar presente na forma de construir as análises e publicá-las, sob o risco de ‘arranhar’ a sua imagem, que é uma ferramenta de trabalho da qual dependem todas as suas relações profissionais e sociais no meio digital.

Tornar-se um influenciador da Garena é o grande sonho dos milhares de jogadores e jogadoras que acompanham esses astros do *game*; todavia, há uma série de exigências muito difíceis de se cumprir. Gabriel Espinosa, ex-funcionário da Garena e influenciador digital, em vídeo publicado em seu canal, no dia 11 de março de 2021<sup>4</sup>, declarou que, para se tornar influenciador, é imprescindível se mostrar como um bom exemplo de conduta, evitando atitudes consideradas como “tóxicas”. Essa é a principal razão pela qual é preciso muita responsabilidade na condução e apresentação de análises sobre a narrativa audiovisual desses jovens tomados como sujeitos de uma pesquisa. A atuação do influenciador é fundamental, tanto no que se refere à movimentação financeira do jogo como para o direcionamento do comportamento dos jogadores.

A seleção de influenciadores é feita diretamente pela Garena, através do FFCP – Free Fire Creators, um programa de parceria criado especialmente para produtores de conteúdo que se comprometem a criar, voluntariamente, conteúdos de qualidade sobre o jogo – esses produtores de conteúdos são denominados como influenciadores. Os critérios para a seleção, bem como os benefícios oferecidos e as exigências são atualizados periodicamente. Nesta primeira metade de 2022, o programa sofreu uma dessas atualizações e, de acordo com o site<sup>5</sup>, os requisitos mínimos para chegar a se tornar um influenciador são: 1) ter mais de 18 anos ou, no caso de ser menor, ter autorização de seus responsáveis; 2) já ser um(a) criador(a) de conteúdo de Free Fire há mais de um ano e ter conteúdos publicados com frequência no YouTube, TikTok, Booyah, Twitch e outras redes importantes

---

<sup>4</sup> GB12. Urgente! O programa de parcerias da Garena Free Fire voltou! Youtube, 11 mar. 2021. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=gDg5qDOT4\\_U](https://www.youtube.com/watch?v=gDg5qDOT4_U) Acesso em: 29 set 2021.

<sup>5</sup> Free Fire Creators Programa – PPCP. Disp. em: <https://www.ffcp.com.br/quero-fazer-parte/> Acesso em: 24 ago. 2022.

utilizadas por *gamers*; 3) Ter, no mínimo: 200 mil seguidores no TikTok e/ou 150 mil inscritos em seu canal do YouTube (ou Twitch) e/ou 80 mil seguidores no Facebook Gaming; 4) ter 75% dos seus conteúdos voltados para o Free Fire; 5) comprovar, através dados sobre visualizações, alcance e/ou impressões, o atingimento de um mínimo de 3% de engajamento em suas publicações. Como contrapartida,

Em nome do bom relacionamento e comprometimento de nossos criadores e criadoras de conteúdo, a Garena oferecerá: ✪ Atendimento direto e exclusivo com o time de comunidade da Garena. ✪ Acesso ao HUB, nosso canal exclusivo de suporte ao criador(a). ✪ Suporte a dúvidas, planejamento e direcionamentos de criação de conteúdo. ✪ Convite para participação em ações de promoção da Garena – como campeonatos online ou presenciais, festas de lançamento, oficinas criativas, sessão de fotos e filmagens. ✪ Possibilidade de aparecer em nossos canais oficiais. ✪ Envio de kits de merchandising – sem frequência específica. ✪ Envio semanal de novidades sobre atualizações no jogo. ✪ Acesso ao Servidor Avançado do FF. ✪ Insígnia de verificado no jogo. ✪ Banner e avatar angelical. ✪ Diamantes, acessórios, personagens, pets e outros itens referentes ao jogo. ✪ Cartão para salas personalizadas no jogo. ✪ Códigos com itens de jogo.

A obtenção do status de “influenciador da Garena”, todavia, traz muito mais vantagens do que as que estão acima relacionadas: a grande visibilidade no meio digital gera inúmeras outras oportunidades, como, por exemplo, de firmar contratos com equipes de marketing de grandes empresas e instituições que se interessam em atrair o público *gamer*. Tornar-se *gamer influencer* pode, dessa forma, levar a uma ascensão social que ultrapassa os limites do digital, proporcionando oportunidade de profissionalização e construção de estabilidade financeira no mundo atual.

Diante de tal cenário, é preciso que o pesquisador seja extremamente cuidadoso na apresentação de suas análises, o que não quer dizer que ele deva omitir situações ou adaptar os relatos às necessidades e desejos dos pesquisados. É possível apresentar os resultados da pesquisa através de um texto que promova a reflexão dos leitores, sem emitir juízos de valor. Além do mais, fica claro que, em situações como esta, é mais prudente analisar materiais de influenciadores maiores de 18 anos, pois as questões éticas que envolvem jovens menores podem dificultar o desenvolvimento da pesquisa. De forma geral, a diplomacia e o bom domínio da

escrita podem contribuir grandemente para a condução ética da pesquisa até o ponto da apresentação dos resultados.

Uma outra preocupação ética presente em pesquisas que envolvem personalidades famosas no meio digital está relacionada à questão autoral. De acordo com Kozinets (2014), pode ser que um(a) participante da pesquisa venha a solicitar que seu nome seja citado, sob a ameaça de requerer direitos autorais sobre informações e depoimentos utilizados sem os devidos créditos ao autor. Kozinets (2014), citando Bruckman (2006), esclarece que

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. Por exemplo, se um conhecido artista fã de histórias em quadrinhos e menor de idade revela seu uso frequente de álcool ao compor sua arte, isso não deve ser incluído na descrição escrita da investigação, mesmo que contribua para nossa compreensão da participação dele na comunidade eletrônica de fãs de quadrinhos. (BRUCKMAN apud KOZINETS, 2014, p. 144)

A partir da consideração da amplitude que a informação alcança no ambiente digital, é preciso ter muita atenção com os dados divulgados, mesmo em uma entrevista em vídeo. No caso de entrevistas concedidas especialmente para a pesquisa, com autorização para a publicação em seus canais de comunicação, como ocorre com os vídeos veiculados no canal Ciberultura.Game do YouTube, é preciso analisar os vídeos antes de editá-los e levá-los a público: buscar ouvir e ver os depoimentos, buscando identificar o que o entrevistado quer mostrar e dizer. Ao final, mais importante ainda é apresentar o material aos entrevistados e aguardar sua aprovação. Tanto o discurso do influenciador oficial da Garena quanto o discurso dos que buscam alcançar esse status são textos autorais e envolvem questões éticas.

Em uma pesquisa com integrantes de uma guilda, por outro lado, especialmente quando se integra a comunidade estudada, é possível prever alguns riscos durante a etnografia e tomar rumos mais acertados, já que, dentro das nossas relações cotidianas com os outros *gamers* é criado um clima de camaradagem que favorece a adesão à participação na pesquisa e também mostra os caminhos que vão

nos ajudar a evitar possíveis constrangimentos por alguma falha na condução ética do estudo. Kozinets (2014) considera os formulários *online* como uma boa saída para se conseguir um bom número de participantes nas pesquisas digitais, pois esses formulários já trazem um consentimento implícito por escrito no próprio documento eletrônico. Mas ele faz uma ressalva: essa pode ser uma solução quando os participantes têm idade maior que 18 anos. De acordo com ele, “o participante sinalizaria seu consentimento concordando em continuar no estudo, muitas vezes clicando em um botão “aceitar” em um *website* e/ou por meio do fornecimento de dados” (KOZINETTS, 2014, p. 135).

Todavia, no caso de guildas como a SUPRA, que é formada, majoritariamente, por jovens com idade entre 14 e 17 anos, embora a adesão à pesquisa seja significativa (uma média de 50% dos seus *gamers* participaram das três edições do formulário da pesquisa), a questão ética é preocupante, pela dificuldade em conseguir o consentimento formal de pais, mães ou responsáveis. Especialmente no referente ao Free Fire, *game mobile* popular que reúne adolescentes e jovens de regiões e camadas sociais diversificadas, isso se torna impossível: há *gamers* que moram com amigos, parentes, alguns em situação de risco - nesses casos, parece quase impossível conseguir a autorização legal. Em contrapartida, existem também situações em que adolescentes jogam às escondidas, sem que os pais tomem conhecimento – envolvidos com a vida profissional, eles, comumente, não se preocupam com os filhos quando sabem que estão em casa, dentro de seus quartos – ignoram que o aconchego do lar é ilusório dentro do espaço desterritorializado do jogo.

Diante dessa dificuldade, foi necessário criar uma estratégia para conseguir traçar o perfil dos integrantes da guilda SUPRA, sem coletar ou apresentar informações que colocassem em risco a sua segurança. A saída foi organizar um formulário onde os participantes se identificaram apenas através do seu *nickname* no jogo. No caso específico da guilda SUPRA, o risco de que os adolescentes pudessem vir a ser identificados, posteriormente, através do seu apelido no jogo não se fazia presente: de acordo com informações de seu líder, Arkan, os jogadores e jogadoras tinham o hábito de mudar o *nickname* periodicamente, o que tornava impossível a sua identificação. Além disso, como a maioria das questões apresentadas no formulário estavam sob o formato de múltipla escolha e o resultado da

pesquisa seria apresentado em forma de gráficos, a identidade dos participantes ficaria totalmente protegida. Mesmo na apresentação de comunicações e artigos, em que foram usados trechos de respostas a questões abertas do formulário, o uso dos *nicknames* funcionou perfeitamente pois, até mesmo membros da SUPRA que tiveram acesso aos conteúdos, tiveram dificuldade em identificar os respondentes - talvez pela grande rotatividade de jogadores na guilda - dos 46 respondentes da primeira edição do formulário (2020), apenas 4 estavam presentes como participantes da terceira edição (2022).

No que se refere ao estudo sobre o impacto do discurso dos influenciadores sobre seus seguidores, embora o caminho metodológico a seguir seja outro, a utilização de formulários será fundamental para a identificação do interdiscurso nos dizeres dos seus seguidores, especialmente através de questões que permitam respostas discursivas. Nesse caso específico, a questão ética colocada por Kozinets (2014), relacionada a uma possível identificação dos respondentes a partir de seus *nicknames*, pode vir a ocorrer, já que os participantes da pesquisa serão contatados através de comentários em vídeos desses *gamers influencers* no YouTube e em suas postagens no Instagram. Entre esses comentaristas, é possível que haja algum que atue como *streamer*, para quem o *nickname* é como uma marca registrada e reconhecida. Esta situação leva a conduta para um outro rumo: a proposta é solicitar a identificação no formulário a partir de um pseudônimo escolhido pelo próprio respondente, especificamente para a participação na pesquisa. Pode ocorrer, todavia, que alguns desses participantes mais conhecidos no meio do Free Fire queiram ser identificados pelo seu nome e *nickname*, para obterem visibilidade – se tiverem mais de 18 anos, isso é perfeitamente possível e esse tipo de participação traz uma grande contribuição para o estudo.

Existem, segundo Kozinets (2014) algumas preocupações acerca da validade desse tipo de abordagem, em que o contato entre o pesquisador e os sujeitos da pesquisa não ocorre presencialmente. Segundo ele, esse tipo de abordagem pode não oferecer garantias da veracidade de informações e dados pessoais, como, por exemplo, a idade de quem está respondendo. Todavia, ele destaca o posicionamento de Walther (2002), 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. Na verdade, não há nenhuma ligação clara indiscutível entre investigação face a face e julgamentos da competência e compreensão dos participantes da pesquisa. (WALTHER apud KOZINETS, 2014, p. 135)

Assim, é preciso ir desenhando o caminho da pesquisa, considerando que não há uma regra que possa ser válida no ambiente digital de forma universal, já que cada comunidade virtual ou cada fórum ou qualquer instituição dentro do ciberespaço tem características próprias. Cada pesquisador deve buscar, dentro dos fundamentos teóricos e metodológicos existentes, aqueles que melhor atendam ao desenvolvimento de seu trabalho de etnografia digital.

No caso de etnografias realizadas em comunidades do ambiente digital, um importante caminho para uma condução ética do estudo é, segundo Kozinets, buscar os seus administradores, fundadores, ou seja, os “porteiros” da comunidade. Ao fazer contato primeiro com esses sujeitos, torna-se mais fácil o contato com os usuários desses grupos e a etnografia poderá ser conduzida de forma orientada e segura. Em se tratando da incursão etnográfica em comunidades de *gamers*, ele destaca que “líderes de associações ou clãs podem ser porteiros apropriados para abordar, antes de tentar obter acesso à associação mais ampla de uma rede de jogos com múltiplos jogadores (MMOG)” (KOZINETS, 2014, p. 139).

Esse foi exatamente o caminho percorrido para conseguir realizar a pesquisa na guilda SUPRA, do *game* Free Fire, no início de 2020: foi feito um contato inicial, um pedido de permissão para realizar a pesquisa com os integrantes da guilda criada e administrada por Arkan, um professor mineiro de 34 anos. A partir do aceite, ingressei na guilda como jogadora e, imediatamente, o líder comunicou a todos os membros daquela comunidade que havia uma pesquisadora no grupo e que seu *nickname* era SPR Lua. Ele marcou uma reunião, algum tempo depois - pelo Discord<sup>6</sup> - para explicar o propósito da incursão etnográfica e também para dar

---

<sup>6</sup> “Discord é um aplicativo gratuito de comunicação que permite que você converse por voz, vídeo e texto com amigos, comunidades de jogos e desenvolvedores. Ele possui centenas de milhares de usuários, o que faz com que ele seja uma das formas mais populares de se conectar com as pessoas online. O Discord pode ser usado em quase todas as plataformas e dispositivos conhecidos, incluindo Windows, macOS, Linux, iOS, iPadOS, Android, e navegadores”. Disponível em: <https://store.epicgames.com/pt-BR/news/what-is-discord-and-what-is-it-used-for> Acesso em 24 ago. 2022.

maiores detalhes sobre o estudo de doutorado sobre o Free Fire, que havia tomado, como campo de pesquisa, a guilda SUPRA.

Embora a incursão tenha tido, de início, um caráter muito mais exploratório que etnográfico, o contato direto com Arkan e com alguns membros da administração tornou possível a identificação do perfil de jogadores e jogadoras da guilda, através da elaboração do formulário Google acima citado, com perguntas que buscavam, não apenas identificar o perfil sócio econômico dos jogadores e jogadoras, como também descobrir a relação deles(as) com o jogo. Desde o início da pesquisa, o formulário vem sendo passado, anualmente, para o líder Arkan. Ele disponibiliza o link de acesso ao formulário através dos grupos de WhatsApp da guilda e solicita a participação dos *gamers*, explicando a importância do estudo, realizado por uma doutoranda da Universidade Federal de Juiz de Fora.

O formulário de 2020 teve um caráter diferenciado e trouxe algumas perguntas relacionadas à pandemia mundial. A partir da relevância dos dados obtidos naquela iniciativa, decidimos repetir a experiência nos dois anos seguintes. A maioria das questões se repetiram nos três formulários, mas outras foram sendo inseridas, de acordo com as necessidades que surgiram ao longo da pesquisa. Também houve casos em que foi preciso reformular questões abertas, a fim de torná-las mais claras e objetivas, diante das características do contexto e dos sujeitos da pesquisa: tudo é fluido, rápido, imagético no ambiente do jogo. Abaixo, transcrevo a versão 2022 do formulário:

1) Qual é o seu nick no Free Fire? 2) Em que cidade você mora? 3) Em que estado você mora? 4) Quantos anos você tem? 5) Qual é o seu gênero? 6) A respeito de estudos, marque a resposta que corresponda à sua situação. Atualmente, você: 7) Se você estuda, marque a opção que corresponda à série que você cursa: 8) Se você trabalha atualmente, marque a opção que descreve melhor o seu trabalho? 9) Quantas pessoas moram na sua casa? Quem são essas pessoas (pai, mãe, tio(a), avô ou avó, irmãos, tios, etc.)? 10) Quantas pessoas têm emprego na sua casa? 11) Quando você pensa no futuro, em que profissão você se imagina atuando? Que profissão gostaria de ter? 12) Há quanto tempo você joga Free Fire? 13) Quantas horas por dia você gasta jogando Free Fire? 14) Como é o seu desempenho no jogo? 15) Que personagens você mais usa no jogo? Por que gosta de usar esses personagens? 16) Que armas você mais usa no jogo? Por que gosta mais dessas? 17) Entre todas as regras e normas de conduta da Supra, qual (ou quais) você considera mais importante (s)? 18) O que você sente quando está jogando Free Fire? Que tipo de sensações ele traz para você? 19) Na sua opinião, o que diferencia a SUPRA das outras guildas? 20) Na sua opinião, o que diferencia a SUPRA das outras guildas? 21) De todas as

regras e recomendações que você tem que seguir dentro da SUPRA, de tudo o que aprende lá dentro, tem alguma forma de agir que você acaba levando também para a sua vida cotidiana, fora do jogo? Fale sobre isso, sobre o que vale no jogo e também vale na vida. 22) Marque a opção que melhor representa qual é o seu maior interesse dentro da SUPRA. 23) Entre todos os influenciadores do Free Fire - Garena, qual você mais admira? Qual é o melhor, na sua opinião? 24) Qual é o diferencial desse influenciador que você escolheu? Apresente as qualidades dele (ou dela). 25) Você concorda em participar mais ativamente da pesquisa, enviando vídeos de jogadas suas e msg de voz com relatos sobre a sua vida, sobre os seus sonhos e sobre a importância do jogo na sua vida? Se concorda, marque que sim, Arkan entrará em contato com vocês para maiores detalhes. Seu material será editado e publicado no YouTube, no Instagram e no *site* [www.ciberculturagame.com](http://www.ciberculturagame.com). Caso concorde, marque SIM. Caso não queira, marque NÃO.

É importante ressaltar que, em cada uma das três edições, o formulário foi respondido por uma média 50% dos integrantes da SUPRA (com variação para um pouco mais que isso), o que deixa margem para se pensar que, talvez, a faixa de idade identificada como predominante consista à faixa etária dos que se mostram interessados em participar. É possível que, caso fosse respondido por todos os membros da guilda, houvesse uma variação nesse aspecto. Em maio de 2020, os integrantes com idade entre 14 e 15 anos somavam 48% dos respondentes, enquanto outros 24% dos respondentes estavam situados na faixa de idade entre 12 e 13 anos e, por último, havia 17% de respondentes com idade entre 16 e 17 anos. Assim, as respostas do formulário em 2020 apontavam para uma guilda adolescente, com 93% de seus integrantes situados na faixa etária entre 12 e 17 anos – perfil que mudou em 2021, em decorrência do estabelecimento da idade mínima de 14 anos para o aceite de novos integrantes na SUPRA, medida tomada para alinhamento com as novas regras de idade estipuladas pela LBFF – Liga Brasileira de Free Fire, que estabeleceu, naquele período, a idade mínima de 14 anos para a inscrição em suas competições.

Em decorrência dessa medida, percebemos uma alteração na faixa etária predominante no formulário de 2021: entre os 45 respondentes, a maioria (62%) dos jogadores e jogadoras SUPRA estava situada na faixa etária entre 14 e 17 anos, sendo que, desse total, 29% declararam ter idade entre 14 e 15 anos e 33% entre 16 e 17 anos. Na versão de 2021 do formulário, outro dado importante a se observar é a elevação do número de participantes com idade superior a 18 anos, que passaram a somar 21% do número de respondentes da pesquisa, sendo 11% com

idade entre 18 e 21 anos e 10% com idade superior a 22 anos. Por estarem na SUPRA desde a sua criação, 7% dos respondentes, que tinham idade entre 12 e 13 anos, foram autorizados a permanecerem na guilda. No formulário de 2021, o fato de haver colocado a pergunta “Qual é a sua idade?” como questão aberta criou um grande transtorno: 10% dos respondentes colocaram como resposta o nome da cidade onde residiam. Em razão desse problema, na versão de 2022, optamos por perguntar: “Quantos anos você tem?” – em uma questão de múltipla escolha que enumerava as idades uma a uma, partindo de 14 até os 30 anos, com três opções para idades acima de 30 anos: faixa 31 a 35 anos, 36 a 40 anos e acima de 40 anos.

Por fim, a última versão do formulário, respondida em fevereiro de 2022, confirmou a vocação da SUPRA como uma guilda predominantemente integrada por adolescentes com idade entre 14 e 17 anos, que somam 76% do total dos 46 respondentes, distribuídos de forma homogênea: 14 anos (15%); 15 anos (21,5%); 16 anos (17,5%) e 17 anos (22%). Os 24% restantes de participantes da pesquisa estão situados na faixa de idade entre 18 e 22 anos. Observa-se, nesta edição do formulário, que aparece equilibrada a variação de idade dentro da organização que, por ter passado a atuar mais ativamente no cenário competitivo, reúne integrantes que se adequam à faixa etária propícia para a construção de uma carreira profissional no cenário do *e-sports*.

No ano de 2021, diante do envolvimento de administradores e *gamers* da SUPRA com a pesquisa, surgiu a necessidade de retribuir a grande contribuição que eu estava recebendo daquele grupo. Afinal, “Se coisas são dadas e retribuídas, é porque se dão e se retribuem "respeitos" - podemos dizer igualmente, "cortesias". (MAUSS, 2003, p. 263). Percebi que a melhor forma de retribuir a gentileza da SUPRA seria oferecer uma moeda de troca extremamente valiosa no ambiente do Free Fire: a visibilidade. Foi assim que decidi criar três canais de comunicação na internet, sob o título Ciberultura.Game<sup>7</sup>: um canal no YouTube, um perfil no Instagram e um *site*, para divulgar entrevistas e depoimentos de participantes da pesquisa, dando a eles uma maior visibilidade. A logomarca dos canais de comunicação foi criada por Arkan que, pouco tempo depois, passou também a produzir

---

<sup>7</sup> Site: [www.ciberkulturagame.com](http://www.ciberkulturagame.com)

Instagram: [@cibercultura.game](https://www.instagram.com/cibercultura.game)

YouTube: [https://www.youtube.com/channel/UCUMi8yKJmhlrh8RjZ\\_\\_qQ](https://www.youtube.com/channel/UCUMi8yKJmhlrh8RjZ__qQ)

*banners* de chamada para as entrevistas, bem como a editar a abertura dos vídeos. A criação desses canais de comunicação promoveu uma maior adesão de participantes no estudo e o *site* se transformou em uma espécie de carta de apresentação da pesquisa, funcionando como fonte de informação sobre os seus propósitos.

Quanto à autorização para divulgação de imagem e voz, os próprios vídeos já se configuram como uma autorização, já que trazem entrevistas realizadas exclusivamente para a pesquisa e sua publicação nos canais de comunicação da pesquisa passam pela sua autorização. Todo o processo, desde o convite e envio da proposta com as perguntas, até o momento da devolutiva dos entrevistados, quando enviam os vídeos gravados por eles com as respostas, juntamente com imagens e outros vídeos curtos que podem ilustrar a entrevista - todo esse processo é realizado através do WhatsApp. Na fase final, o vídeo pronto é publicado como “não listado” no canal do YouTube, ou seja, fica visível apenas para quem recebe o *link* para acesso: no presente caso, apenas o entrevistado tem acesso. O vídeo com a entrevista só é aberto como público a partir do momento em que o entrevistado manifesta sua autorização, seja através de mensagem de texto ou mensagem de voz.

Embora a publicação das entrevistas não traga as milhares de visualizações dos vídeos de influenciadores, elas representam um tipo de visibilidade diferenciada, já que, entre centenas de envolvidos no universo do Free Fire, eles foram os escolhidos como sujeitos de uma pesquisa sobre o Free Fire, desenvolvida dentro de uma Universidade Federal. Isso significa que seus nomes estarão registrados permanentemente em artigos científicos, comunicações nos eventos mais importantes da área, numa tese de doutorado que estará disponível no repositório universidade. Dessa forma, seus nomes serão lembrados na história do Free Fire no Brasil.

O narrador e *streamer* goiano de 21 anos, Carlos Saul, confirmou esse tipo diferenciado de status social que se adquire por ser parte de uma pesquisa de doutorado desenvolvida em uma universidade federal. Na conversa que tivemos no dia 25/11/2021, logo após o envio do vídeo da entrevista para a sua aprovação (antes de disponibilizá-lo, publicamente no canal do YouTube e no *site* da pesquisa), Saul enviou uma mensagem em áudio<sup>8</sup> falando sobre o significado da entrevista dentro da sua trajetória profissional e pessoal:

---

<sup>8</sup> Conversa publicada sob a autorização de Carlos Saul.

Essa oportunidade pra mim é gigantesca de poder falar daquilo que eu vivenciei e vivencio hoje em dia também, mas numa proporção bem menor do que antigamente. Mas poder comentar, falar do meu dia a dia... isso ser num patamar tão alto de Universidade Federal, de doutorado, sabe... tipo... quando eu contei aqui em casa, meus pais super gostaram, nossa! Meus pais aplaudiram bastante por isso que estava acontecendo, e quando sair tudo aí, quando tiver, me manda, que vai ser motivo de muito orgulho pra mim estar podendo participar de tudo. E novamente agradeço muito a oportunidade (25/11/2021, 23:32 horas).

WG Locutor, paulista de 27 anos que atua profissionalmente como narrador das maiores ligas de emuladores<sup>9</sup> do Brasil, entre as quais destacamos a Liga GrandSlan<sup>10</sup> - que tem o Weedzão, influenciador do Free Fire, como parceiro. WG é o narrador oficial da Liga Eurocopa e, além disso, atua como narrador em diversos outros eventos brasileiros relacionados ao Free Fire. WG Locutor foi o terceiro entrevistado da série “Profissões Free Fire” e o vídeo da entrevista foi ao ar no dia 23 de dezembro de 2021. Depois de receber o convite para a participação na pesquisa, enviou sua resposta e, a partir de então, conversamos algumas vezes por mensagens de voz, via WhatsApp. Abaixo, transcrevo uma das mensagens<sup>11</sup> que me enviou:

Srta. Ana só de contribuir contigo na tua pesquisa eu já fico muito feliz de verdade porque é o que falta hoje em dia, né? É... são matérias, são estudos referentes ao mundo do *e-sport* eletrônico que é um ramo que vem crescendo muito. O que, praticamente, há dois anos atrás era tido como um jogo, hoje em dia é profissão pra muitos... ainda mais eu, que vivo de Free Fire, meu mundo é 24 horas de Free Fire, 24 horas, narração, 24 horas fechando eventos [...]. Disponha, disponha, srta. Ana. No que eu puder ajudar, pode contar comigo, de coração. Tenho certeza de que será um sucesso (02/12/2021, 17:09 h).

O contato com os selecionados para entrevistas é feito diretamente comigo, o líder Arkan sugere os nomes e, algumas vezes, passa meu contato. Entre os indicados, há *streamers*, *designers* e outros profissionais que não pertencem à SUPRA, mas que, geralmente, são recomendados pelo líder Arkan. Outras vezes, os próprios entrevistados indicam outros nomes para a participação na pesquisa, o

---

<sup>9</sup> Emuladores são programas que permitem rodar aplicativos Android em um computador.

<sup>10</sup> A @ligagsc é transmitida pelo canal de Weedzão. Disp. em: <https://youtu.be/sV3U673jqUI> Acesso em 24 ago. 2022.

<sup>11</sup> Conversa publicada sob a autorização de WG Locutor.

que acaba formando uma rede de relações com profissionais que atuam no ambiente do *game*, enriquecendo a pesquisa.

Vale ressaltar que só participam das entrevistas quem tem idade superior a 18 anos e, dessa forma, o aceite na participação é a própria autorização para a veiculação das entrevistas nos respectivos canais e na pesquisa, já que os vídeos trazem todas as informações sobre o estudo em andamento. No caso de jogadores menores de idade, a sua participação se restringe aos formulários, que não visam identificar um jogador ou jogadora em especial, mas apenas identificar o perfil, os propósitos e opiniões do grupo, como um todo. No caso dos vídeos apresentados na Galeria de *Gamers* Supra, no canal Ciberultura.Game do YouTube e no *site* da pesquisa, os menores de 18 anos podem participar, mas sua imagem não é exibida: os vídeos trazem as suas jogadas como ilustração de um depoimento construído a partir de perguntas norteadoras. Os participantes são orientados a responder cada pergunta, sempre iniciando pelo tema da pergunta. Assim, à pergunta “quantos anos você tem?” o participante, em vez de responder “15 anos”, responde “Eu tenho 15 anos”. Esse formato permite a edição de todas as respostas em um único áudio que serve de fundo para as jogadas apresentadas. No caso desse tipo de participação, a identidade do jogador fica preservada, já que até mesmo a voz pode ser levemente alterada na edição pública, ficando a gravação original como arquivo de pesquisa.

### **3. Considerações finais**

Na pesquisa, como em qualquer tipo de interação social na vida cotidiana, as questões éticas emergem a todo instante, algumas vezes de forma despercebida. Na pesquisa como na vida, um deslize pode levar a um processo judicial, na melhor das hipóteses – na pior, a exposição de uma pessoa a uma situação que coloque em risco o seu bem estar físico ou mental pode ocasionar até mesmo um suicídio.

Os dois percursos etnográficos aqui apresentados se deparam com questões éticas que exigem atenção redobrada: uma leitura cotidiana das interações, das reações e dos dizeres dos pesquisados. É preciso bem mais que apenas compreender a lógica de ‘ser *gamer*’ – é necessário ser *gamer*, se sentir *gamer* e experimentar as sensações e sentimentos que o jogo e as relações do ambiente digital despertam. Acima de tudo, para conduzir eticamente uma etnografia, são fundamentais a

empatia e um cuidado redobrado com a interpretação de situações e dizeres. Há que se perguntar diariamente: o que eu vejo é o mesmo que o outro me mostra? O que eu leio quando decifro os códigos escritos em forma de palavras? Qual a distância entre o que o outro diz e o que eu ouço?

Ver, ouvir, ler, observar – um esforço que exige um mergulho no mundo do outro, literalmente. Importante frisar que, mesmo estando no Free Fire e sendo *gamer*, é muito grande o esforço de transpor a diferença etária e cultural para penetrar na lógica que move o pensamento adolescente. Trata-se de um exercício contínuo de reflexão e busca de equilíbrio, sem o qual corremos o risco de levar nossas próprias vivências, leituras e percepções do mundo atual para dentro do campo de pesquisa – além de abortar as possibilidades de compreender e descrever a cultura estudada, esse tipo de atitude pode levar a julgamentos que vão prejudicar a condução ética da pesquisa. Kozinets (2014) destaca que é necessário equilibrar algumas considerações éticas e apresenta três situações especiais, referentes a:

participantes humanos vulneráveis, que podem ser colocados em risco pela exposição a um estudo de pesquisa; 2. as qualidades acessíveis e “semipublicadas” de boa parte do que é compartilhado na internet; e 3. os direitos dos membros da comunidade e cultura de receber crédito por seu trabalho criativo e intelectual. (KOZINETTS, 2014, p. 143).

Quando não é possível identificar os participantes vulneráveis em um grupo social que considera a visibilidade digital como uma moeda de grande valor, então a regra principal que passa a vigorar é a proteção de todos os participantes da pesquisa, sem distinção. Dentro desse contexto, a troca de amabilidades e a retribuição às gentilezas recebidas criam um clima de cooperação que contribui grandemente para a obtenção de dados consistentes e resultados válidos para a busca de compreensão da dinâmica que move o determinado grupo. Para isso, é preciso que estejamos inteiros dentro do grupo que estudamos, não se trata de uma observação participante, mas de uma participação ativa e observante. Conforme destaca Christine Hine (2004), em se tratando de uma etnografia digital, não se pode estar apenas virtualmente presente, como observadores: é na interação e na participação efetiva na vida do grupo que se torna possível observar os aspectos que, à primeira vista, poderiam parecer insignificantes e que, provavelmente, não seriam abordados em uma entrevista, mas que podem consistir em aspectos capazes

de favorecer uma descrição etnográfica mais densa (HINE, 2004, p. 157). A chave para se compreender a natureza das interações que existem no ambiente digital é a percepção de que há várias interpretações possíveis dos fenômenos que ali ocorrem.

#### 4. Referências

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BRUCKMAN, Amy (2006) **Teaching Students to Study Online Communities Ethically**. In: Journal of Information Ethics, 2006.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Tradução Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

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

HUIZINGA, J. **Homo Ludens**: O jogo como elemento da cultura. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2018.

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

LÈVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2010.

LIPINSKI, Tomas A. **Emerging Tort Issues in the Collection and Dissemination of Internet**: based Research Data. In Journal of Information Ethics, 2006.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. **De perto e de dentro**. In: RBCS, n. 49, junho. São Paulo, 2002.

MAUSS, M. **Ensaio sobre a dádiva**. In: Sociologia e Antropologia. Tradução: Paulo Neves. 3ª reimpressão. São Paulo: Cosacnaif, 2003. Pp. 185-314.

PÊCHEUX, M. **Semântica e Discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução de Eni Puccinelli Orlandi et. al. 2.ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1995.

\_\_\_\_\_. **O Discurso**: Estrutura ou Acontecimento. Tradução de Eni Puccinelli Orlandi. 5. Ed. Campinas, SP: Pontes, 2008.

WALTHER, Joseph B. **Research Ethics in Internet-Enabled Research: Human Subjects Issues and Methodological Myopia.** In: *Ethics and Information Technology*, 4: 2002.