



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

MARÍLIA ABIGAIL MENESES BATISTA

**PELA KILL DO MACHISMO:** Resistência de influenciadoras digitais *gamers* por meio da performatividade de corpos ciborgues

Recife  
2025

MARÍLIA ABIGAIL MENESES BATISTA

**PELA KILL DO MACHISMO:** Resistência de influenciadoras digitais *gamers* por meio da performatividade de corpos ciborgues

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Administração. Área de concentração: Marketing e Comportamento do Consumidor.

Orientador : Marconi Freitas da Costa, Dr.

Recife

2025

.Catalogação de Publicação na Fonte. UFPE - Biblioteca Central

Meneses Batista, Marília Abigail.

Pela Kill do machismo: resistência de influenciadoras digitais gamers por meio da performatividade de corpos ciborgues / Marília Abigail Meneses Batista. - Recife, 2025.

222f.: il.

Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação em Administração, 2025.

Orientação: Marconi Freitas da Costa.

Inclui referências.

1. Mulheres gamers; 2. Teoria da cultura do consumidor; 3. Corpo ciborgue; 4. Performatividade; 5. Netnografia; 6. Análise de discurso pós-estruturalista feminista. I. Costa, Marconi Freitas da. II. Título.

UFPE-Biblioteca Central

MARÍLIA ABIGAIL MENESES BATISTA

**PELA KILL DO MACHISMO:** Resistência de influenciadoras digitais *gamers* por meio da performatividade de corpos ciborgues

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Administração. Área de concentração: Marketing e Comportamento do Consumidor.

Aprovado em: 28/ 02/ 2025.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Marconi Freitas da Costa (Orientador e Examinador Interno)  
Universidade Federal de Pernambuco - UFPE

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Flávia Zimmerle da Nóbrega Costa (Examinadora Externa)  
Universidade Federal de Pernambuco - UFPE

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Karina Gomes Barbosa (Examinadora Externa)  
Universidade Federal de Ouro Preto - UFOP

---

Prof. Dr. Nelsio Rodrigues de Abreu (Examinador Externo)  
Universidade Federal da Paraíba – UFPB

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Miriam Leite Farias (Examinadora Externa)  
Université de Lille - UNIV-Lille

## RESUMO

Os atuais contextos tecnológicos trouxeram novas formas de consumo e possibilitaram o surgimento de diversas subculturas de consumo. A cultura gamer, enquanto uma subcultura de consumo, pois advém de objetos de consumo (jogos digitais), frequentemente se manifesta como uma cultura prejudicial que descredibiliza, exclui e ataca mulheres e outras minorias que também são integrantes dela, evidenciando assim uma toxidade do consumo. A toxidade presente na subcultura gamer também possui uma dimensão de gênero, sendo influenciada pela cultura patriarcal que rege as relações sociais, supervalorizando o homem branco e cisheteronormativo. No entanto, o consumo nem sempre é sinônimo de toxidade, ele também pode tornar-se um meio para resistência. É neste sentido que defendemos que a luta das mulheres pela permanência e aceitação na cultura gamer constitui uma forma de resistência do consumo e, neste caso, manifesta-se também com um viés feminista. A força feminista das mulheres *gamers* pode ser visualizada através de influenciadoras digitais *gamers* que desempenham papéis representativos e catalisadores do movimento, destacando-se em suas atividades prossumeristas como *streamers gamers*. A presença delas no ciberespaço ocorre por meio de um corpo ciborgue que se materializa digitalmente através de dados e possibilita que elas performem suas identidades, corpos, formas e gêneros. Neste contexto, objetivamos entender como o prossumo de influenciadoras digitais *gamers* de *Counter-Strike* revela uma resistência ao machismo por meio da performatividade de seus corpos ciborgues. Para tal, nos debruçamos sobre influenciadoras jogadoras do jogo Counter-Strike (CS:GO), por ser um jogo tipicamente masculinizado e excludente de mulheres. Dado que este fenômeno está intrinsecamente ligado a uma subcultura de consumo inserida no ciberespaço e envolvida em problemas de gênero, utilizaremos a técnica de Netnografia em conjunto com a Análise de Discurso Pós-estruturalista Feminista. Nossa análise foi capaz de evidenciar duas “zonas de combate”, a primeira voltada para o ataque às mulheres *gamers*, formada pelos discursos de poder: "conservação do gamer" e "manutenção do status quo". E a segunda, referente a reação das mulheres *gamers*, formada pelos discursos de poder: "ruptura feminista" e "Resistência feminista". Com base nesses achados, concluímos que o prossumo de influenciadoras digitais *gamers* de *Counter-Strike* revela uma resistência ao machismo por meio da performatividade de seus corpos ciborgues evidenciando uma disputa de poder latente na cultura gamer, na qual essas mulheres são simultaneamente colocadas em posições de submissão e subversão.

Palavras-chave: Mulheres *gamers*. Teoria da cultura do consumidor. Corpo ciborgue. Performatividade. Netnografia. Análise de discurso pós-estruturalista feminista.

## ABSTRACT

Current technological contexts have introduced new forms of consumption and enabled the emergence of various consumer subcultures. Gamer culture, as a consumer subculture—since it stems from consumer objects (digital games)—often manifests as a harmful culture that discredits, excludes, and attacks women and other minorities who are also part of it, thus evidencing the toxicity of consumption. The toxicity present in the gamer subculture also has a gender dimension, influenced by the patriarchal culture that governs social relations, which overvalues white, cis-heteronormative men. However, consumption is not always synonymous with toxicity; it can also become a means of resistance. In this sense, we argue that the struggle of women for permanence and acceptance within gamer culture constitutes a form of resistance through consumption, which, in this case, also manifests a feminist bias. The feminist strength of women gamers can be seen through gamer digital influencers who play representative and catalytic roles in the movement, standing out in their prosumer activities as gamer streamers. Their presence in cyberspace materializes through a cyborg body, digitally constructed through data, enabling them to perform their identities, bodies, forms, and genders. Within this context, we aim to understand how the prosumption of Counter-Strike gamer digital influencers reveals resistance to sexism through the performativity of their cyborg bodies. To achieve this, we focus on influencers who play Counter-Strike (CS:GO), as it is a game typically masculinized and exclusionary towards women. Since this phenomenon is intrinsically linked to a consumer subculture embedded in cyberspace and entangled with gender issues, we employ Netnography combined with Feminist Post-structuralist Discourse Analysis. Our analysis reveals two "combat zones": the first directed towards attacking women gamers, formed by the power discourses of "gamer conservation" and "maintenance of the status quo"; and the second referring to the reaction of women gamers, formed by the power discourses of "feminist rupture" and "feminist resistance." Based on these findings, we conclude that the prosumption of Counter-Strike gamer digital influencers reveals resistance to sexism through the performativity of their cyborg bodies, highlighting a latent power struggle within gamer culture, in which these women are simultaneously placed in positions of submission and subversion.

**Keywords:** Gamer women. Consumer culture theory. Cyborg body. Performativity. Netnography. Feminist poststructuralist discourse analysis.

Às matriarcas insurgentes que me guiaram a ocupar espaços que nunca foram feitos para nós:

À Aparecida de Fátima Meneses Batista, minha mãe.

Mulher-força, fruto de uma infância e juventude marcada pela escassez e pela dureza, mas repleta de amor. Irreverente e desafiadora, nunca se curva diante das opressões e pressões do mundo patriarcal.

É símbolo de resistência através do amor. Seu abraço acolheu minhas rebeldias e me ensinou que a independência feminina e o amor-próprio devem ser nossos guias nessa caminhada. Seu riso alto em lugares onde as mulheres deveriam sussurrar me ensinou que a desobediência é a semente da libertação.

À Maria das Graças Meneses (*in memoriam*), minha avó materna.

Com seus punhos cerrados contra a injustiça, teceu, nos bastidores da história, palavras não ditas e desconstruiu opressões com afeto. Subversiva dentro de casa, na igreja e na sociedade de São Vicente de Paulo, desempenhou um papel social emblemático contra a fome, a doença e o sofrimento de seu povo.

Sua voz, silenciada pelo tempo, mas jamais subjugada, habita em minha pesquisa como um sopro de feminismo comunitário e ancestral.

À Abigail Cordeiro Batista, minha avó paterna.

Como disse Rita Lee, sua força não é bruta.

Subverteu expectativas não com golpes, mas com a ousadia de simplesmente existir – com firmeza e doçura.

Me ensinou que a rebelião também se faz com ternura.

Que a maternidade é também um ato de revolução.

E que, para vencer a guerra, muitas vezes é preciso recuar, repensar – mas jamais desistir.

Em minha pesquisa, assim como nos pontos de sua renda renascença, ela se entrelaça como um nó de resistência, um ponto de encontro e de chegada – a certeza de que sempre posso voltar para casa.

## AGRADECIMENTOS

À energia superior que me guia, protege e sustenta minha existência, que alinha minha mente e serena meu coração, surpreende meus passos e se revela constante, forte e sábia.

Ao meu pai, Álvaro Rogério Batista, meu herói, meu alicerce, meu eterno porto seguro. Desde os meus primeiros dias de vida, é nos seus braços que encontro refúgio e força, especialmente quando o mundo pesa e minhas energias se esgotam. Obrigada por me criar envolta em amor, por me ensinar a reconhecer meu valor, mesmo diante da maldade alheia, e por nunca duvidar do meu potencial. O senhor e minha mãe foram capazes de me formar como mulher: independente, determinada, qualificada e corajosa. E é por causa de vocês que posso dizer, com imenso orgulho, que sou uma extensão dos seus sonhos e carregar isso comigo é uma das maiores honras da minha vida. Amarei vocês para sempre, com a gratidão de quem sabe que teve as melhores raízes para florescer.

Ao meu irmão, Álvaro Rogério Batista Filho, que é metade de mim. Mesmo sendo mais jovem, tem sido, nos momentos mais difíceis da minha trajetória, uma fonte de conselhos sábios e amorosos, como se sua alma tivesse vindo ao mundo já sabendo me acolher. E, se um dia eu precisasse te dar a minha vida, daria sem hesitar. Obrigada por ser esse amigo leal, cuidadoso e protetor. Nossos pais, sem dúvida, também fizeram um excelente trabalho em você.

Aos meus avozinhos, materno, Otacílio Ferreira de Oliveira (*in memoriam*), e paterno, José Batista Sobrinho (*in memoriam*), por me ensinarem o valor do respeito, o orgulho pelo trabalho e a persistência diante das adversidades. A saudade que sinto é diária, profunda e carregada de amor. Mas sei que muito do que sou carrega o que aprendi com vocês e, de alguma forma, seguimos juntos, em cada passo que dou.

Aos meus melhores amigos, Bruna Maria Freitas do Nascimento e Rafael Serafim Ferreira, que estiveram ao meu lado nos passos da infância e nos saltos da vida adulta. Compartilhamos risos, sonhos e abraços silenciosos nos dias difíceis. Hoje, com o coração cheio de orgulho, os vejo trilhando seus próprios caminhos, sendo fiéis a quem realmente são e construindo a felicidade que sempre desejaram.

Ao meu namorado, Luís Davi da Silva, que chegou nesta fase da vida como um presente inesperado. Obrigada por todo o apoio, por me ensinar diariamente a ter mais paciência e a confiar mais em mim mesma.

Ao meu orientador, Dr. Marconi Freitas da Costa, que estendeu a mão com generosidade quando mais precisei. Obrigada por me acolher com respeito, por construir um ambiente saudável e propício à criação e por acreditar que este trabalho era possível.

Aos membros da banca, minha sincera gratidão por se disponibilizarem com tanto zelo, oferecendo suas valiosas contribuições para a concretização deste sonho.

À UFPE e a todos os seus colaboradores, dos docentes às pessoas que mantêm viva e cuidada a estrutura da universidade, meu muito obrigada por me acolherem e tornarem possível a conquista deste título.

Às amigas e aos amigos da pós-graduação, que compartilham comigo inquietações, dúvidas, aprendizados e lutas. Levo vocês no coração, na torcida para que se tornem gigantes no mundo e na própria história.

E, por fim, às mulheres gamers, por cada batalha travada, por cada espaço conquistado, por cada resistência construída. Obrigada por continuarem, dia após dia, a transformar a realidade com coragem e perseverança.

Estou disfarçada, enquanto eles esperam pela alegria, eu choro  
[...]  
Em uma missão, aprender e morrer  
[...]  
Conversas no cosmo  
[...]  
E é tudo um jogo agora  
[...]  
Mesclando células e carne  
[...]  
Fundindo o espírito, mente e corpo  
Construindo todas as minhas entranhas, ansiosa para ver o futuro  
Bem diante dos meus olhos, eu sei  
O que está vindo, o que está vindo  
(Melanie Martinez, 2023, tradução nossa).

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Kit gamer para quem come e se veste .....	15
Figura 2 – Modelo teórico .....	24
Figura 3 – Elementos da cultura gamer .....	26
Figura 4 – Vai lavar a louça .....	33
Figura 5 – Representações femininas nos games .....	35
Figura 6 – O manifesto ciberfeminista para o século XXI .....	59
Figura 7 – Bem-vindo ao mundo de toda nova geração, obrigada por jogar .....	60
Figura 8 – Counter-Strike 2 .....	72
Figura 9 – Ava. Agente Especial inicialmente subestimada .....	73
Figura 10 – Carta a Valve sobre a skin feminina .....	74
Figura 11 – Solicitações de amizade .....	78
Figura 12 – Mandei convite.....	78
Figura 13 – Querendo chamar a atenção dela.....	80
Figura 14– Não pode mulher, tenho fetiche .....	84
Figura 15 – Tua mãe.....	84
Figura 16 – Nicks no Counter-Strike.....	85
Figura 17 – Filtro Twitch .....	87
Figura 18 – Componentes da ADPF.....	95
Figura 19 – ADPF no CS:GO.....	98
Figura 20 – ADPF no universo gamer.....	115
Figura 21 – Extrato 1. Comunidade preconceituosa.....	118
Figura 22 – Extrato 2. Fingem ser mulheres de forma sexualizada .....	120
Figura 23 – Extrato 3. Lives predominantemente masculinas.....	122
Figura 24 – Extrato 4. Machistas não levam bam .....	124
Figura 25 – Extrato 5. Mulheres gamers devem se esconder .....	127
Figura 26 – Extrato 6. A comunidade é uma piada .....	129
Figura 27 – Extrato 7. Influenciadoras gamers se sexualizam .....	132
Figura 28 – Extrato 11. Mulheres são objetificadas .....	139
Figura 29 – Extrato 12. Lugar de mulher é na cozinha .....	142
Figura 30 – Extrato 13. Mulheres se sentem impotentes.....	146
Figura 31 – Extrato 14. Mulheres se demonstram impotentes .....	146
Figura 32 – Extrato 15. Ataques são expostos.....	149
Figura 33 – Extrato 16. Agressões são evidenciadas.....	149
Figura 34 – Extrato 17. Comunidade faz apologia às drogas.....	153
Figura 35 – Extrato 18. Influenciadoras gamers fazem apologia às drogas .....	154
Figura 36 – Extrato 19. Mulheres são melhores jogadoras .....	157
Figura 37 – Extrato 20. Vota para tirar esse idiota.....	159
Figura 38 – Extrato 21. Vai aprender a jogar antes de entrar em competitivo.....	159
Figura 39 – Extrato 22. Acolhendo mulheres.....	161
Figura 40 – Extrato 23. Acolhendo pessoas LGBTQIAPN+ .....	162
Figura 41 – Extrato 24. Artigos feminilizados .....	165
Figura 42 – Extrato 25. Influenciadoras referenciam ao feminino.....	166
Figura 43 – Extrato 26. Barbie no CS:GO.....	166
Figura 44 – Fonte mapa “Inferno”.....	167
Figura 45 – Extrato 27. Carreira gamer .....	170
Figura 46 – Extrato 28. Campeãs profissionais .....	171

Figura 47 – Extrato 29. Desafios profissionais.....	172
Figura 48 – Extrato 30. Trans são desejadas .....	176
Figura 49 – Extrato 31. Sexualidade e renda.....	179
Figura 50 – Extrato 32. Corpos femininos livres.....	180
Figura 51 – Extrato 33. Libertação dos estereótipos de corpos femininos.....	181
Figura 52 – Extrato 34. Gamers são ativistas .....	184

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Coleta de dados.....	88
Quadro 2 – Enunciados .....	100
Quadro 3 – Discursos .....	107
Quadro 4 – Critérios de discurso .....	109
Quadro 5 – Poderes .....	112
Quadro 6 – Critérios de poder .....	113
Quadro 7 – Discursos de poder .....	114

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>15</b>
<b>1.1. INTRODUZINDO A ESFERA CONCEITUAL</b> .....	<b>19</b>
<b>1.2 INTRODUZINDO A ESFERA TEÓRICA</b> .....	<b>20</b>
<b>1.3 PROBLEMA E JUSTIFICATIVA DE PESQUISA</b> .....	<b>21</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>23</b>
<b>2.1 ESFERA EMPÍRICO-CONCEITUAL</b> .....	<b>25</b>
<b>2.1.1 Cultura e mulheres gamers</b> .....	<b>25</b>
<b>2.1.2 Toxidade e mulheres gamers</b> .....	<b>31</b>
<b>2.1.3 Resistência de mulheres gamers</b> .....	<b>38</b>
<b>2.2 ESFERA CONCEITUAL</b> .....	<b>42</b>
<b>2.2.1 Influenciadores digitais</b> .....	<b>43</b>
<b>2.2.2 Prossumo</b> .....	<b>45</b>
<b>2.3 ESFERA TEÓRICA</b> .....	<b>48</b>
<b>2.3.1 Feminismo e suas ondas</b> .....	<b>48</b>
<b>2.3.1.1 Primeira onda feminista</b> .....	<b>49</b>
<b>2.3.1.2 Segunda onda feminista</b> .....	<b>52</b>
<b>2.3.1.3 Terceira onda feminista</b> .....	<b>55</b>
<b>2.3.1.4 Quarta onda feminista e o ciberfeminismo</b> .....	<b>57</b>
<b>2.3.2 Corpo ciborgue</b> .....	<b>61</b>
<b>2.3.3 Performatividade dos corpos femininos</b> .....	<b>64</b>
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	<b>69</b>
<b>3.2 NETNOGRAFIA</b> .....	<b>69</b>
<b>3.2.1 A prática da netnografia</b> .....	<b>70</b>
<b>3.2.1.1 Etapa 1: Planejamento netnográfico</b> .....	<b>71</b>
<b>3.2.1.2 Etapa 2: Entrada cultural</b> .....	<b>75</b>
<b>3.2.1.3 Etapa 3: Coleta de dados e construção de corpus de pesquisa</b> .....	<b>86</b>
<b>3.2.1.4 Etapa 4: Análise de dados</b> .....	<b>88</b>
<b>3.3 ADENTRANDO A ANÁLISE DE DISCURSO PÓS-ESTRUTURALISTA FEMINISTA (ADPF)</b> .....	<b>88</b>
<b>3.3.1 Pós-estruturalismo e o pós-estruturalismo feminista</b> .....	<b>89</b>
<b>3.3.2 Concepção da análise de discurso pós-estruturalista feminista</b> .....	<b>91</b>

3.3.3 Dimensão sincrônico-diacrônica na análise de discurso pós-estruturalista feminista .....	93
3.3.4 Denotação-conotação na análise de discurso pós-estruturalista feminista .....	94
3.3.5 Operacionalização da análise de discurso pós-estruturalista feminista .....	94
<b>4.1 COMPONENTES CONSTRUTIVOS DA ANÁLISE DE DISCURSO PÓS-ESTRUTURALISTA FEMINISTA .....</b>	<b>99</b>
4.1.1 Enunciados .....	99
4.1.2 Discursos.....	106
4.1.2.1 Critérios de discurso.....	108
4.1.3 Poderes.....	111
4.1.3.1 Critérios de poder .....	112
4.1.4 Discursos de poder.....	113
<b>4.2 DISPUTAS DE PODER POR MEIO DA ANÁLISE PÓS-ESTRUTURALISTA FEMINISTA DENTRO DO MUNDO DOS GAMES .....</b>	<b>114</b>
4.2.1. Zona de ataque e posicionamento de submissão.....	117
4.2.2. Zona de reação e posicionamento de subversão .....	144
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>187</b>
5.1 MULHERES GAMERS E A RESISTÊNCIA AO MACHISMO.....	187
5.2 CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS, METODOLÓGICAS E PRÁTICAS .....	193
6.3 LIMITAÇÕES E DESDOBRAMENTOS DA PESQUISA .....	194
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>195</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Figura 1 – Kit gamer para quem come e se veste



Fonte: Twitter (2019).

A figura 1 corresponde a um meme (criações de conteúdo humorístico ou satírico, geralmente se propagam nas redes sociais rapidamente e são compartilhados dentro de subculturas ou comunidades) postado no Twitter por um usuário identificado como @uwantwarot. O meme é formado por imagens de objetos domésticos utilizados para a realização de tarefas do lar. Esses objetos dialogam com a divisão social/sexual do trabalho, pois são historicamente associados a atividades femininas (Legerski; Cornwall, 2010). No meme, o humor misógino aparece na medida em que o usuário afirma que esses instrumentos fazem parte de um kit gamer voltado para mulheres. Para isso, a arte foi editada para que lembrasse a estética dos utensílios utilizados por *gamers*, como as cores em neon e as fitas de LED comumente vistas nos espaços, quartos ou lives de *gamers*, assim como o meme enuncia que os objetos apresentados são advindos de uma das maiores empresas voltadas para o mercado gamer, a Razer. Esse meme estigmatiza as mulheres, afirmando de maneira incisiva que elas estariam destinadas a executar atividades domésticas enquanto o universo dos jogos seria exclusivamente masculino.

Aqui verificamos a luta pela manutenção da supremacia masculina através do aprisionamento e subjugação das mulheres que, por meio de discursos e imagens, as enclausuram em cativeiros, como apontado por Lagarde et al. (2016). Para a autora, as mulheres são dominadas e mantidas reféns de papéis sociais específicos, como o de mãe e esposa, que ditam a servir ao marido e resguardar a família, sendo impossibilitadas de realizar atividades que divergem do papel que lhes foi dado.

A função de monja, associada à vida monástica, confina e penaliza as mulheres por meio de imposições e restrições religiosas. Esse papel não se restringe apenas às mulheres que optam pela vida religiosa, mas se estende às mulheres comuns que são pressionadas a aderir a padrões de pureza, discrição e à limitação de seus instintos sexuais.

Prostitutas, muitas vezes rotuladas como "putas", enfrentam menosprezo e marginalização devido à sua escolha de envolvimento na prostituição. Esse termo passa a ser usado de forma pejorativa e ofensiva às mulheres no geral, pois reflete preconceitos presentes na sociedade que buscam desvalorizar e desrespeitar mulheres, independentemente de suas escolhas ou profissões.

Mulheres prisioneiras sofrem o impacto de sistemas judiciais marcados por desigualdades de gênero e evidenciam as restrições sociais que são impostas a elas de forma geral.

A mulher "louca" refere-se à exclusão de mulheres da sociedade devido a problemas de saúde mental, adoção de medicamentos rotineiros ou internamentos psiquiátricos, tornando-se, conseqüentemente, um rótulo adicional insolente para aquelas que se expressam de maneira incisiva, reagem a ataques misóginos e machistas ou assumem uma postura livre e independente.

Todos esses cativeiros limitam as escolhas e a autonomia das mulheres, bloqueando suas vontades, suas formas de vida genuínas e as excluem de outros âmbitos sociais, como pode ser observado na tecnologia.

A exclusão de mulheres no meio tecnológico acontece de forma histórica e cultural e vai desde os processos de desenvolvimento de tecnologias até a utilização delas (Haraway, 2000). No que se refere à inserção de mulheres no mundo tecnológico, mais precisamente no mundo dos *gamers* (Kivijärvi, Katila, 2022; Fullerton, Morie, Pearce, 2008; Naidoo, Coleman, Guyo, 2019), nota-se uma aversão de outros usuários ao se depararem com a presença de não-homens, não-brancos e não-jovens (Ruotsalainen, 2022).

Essa aversão se manifesta por meio do sistema que estrutura nossa sociedade: o patriarcado. A cultura patriarcal baseia-se na apropriação e no controle dos corpos femininos, vistos como propriedade privada (Lerner, 1986; Yang; Hu, 2024; Ferry, 2025) de seus pais ou maridos (Omvedt, 1987; Vink et al., 2023). Essa lógica tem origem na crença de que as mulheres seriam intrinsecamente malignas e precisariam do controle masculino para não sucumbirem ao mal, sustentando-se em ideais religiosos, políticos (Kelkar; Nathan, 2020) e econômicos (Donaghey, 2020; Grewal, 2020). Além disso, essa estrutura abrange outras formas de opressão, operando de forma interseccional e aprofundando as desigualdades para

mulheres negras, de classes sociais mais baixas (Collins, 2000) e LGBTQIAPN+ (Hooks, 2022).

Por isso, esse mundo é configurado e apresentado esteticamente por meio de uma caracterização definida em nossa cultura como masculina (Johnson, 2013; Jenkins, 2006), quando os jogos considerados dignos de serem jogados e de “darem” o título de gamer a um jogador de jogos digitais são aqueles que também seguem o padrão cultural masculino (Kivijärvi, Katila, 2022; Vanderhoef, 2013); isso se repete na representação de personagens femininos nos jogos que são extremamente sexualizados e incluídos na narrativa em papéis secundários, evidenciando ainda mais a desigualdade de gênero existente no mundo tecnológico (Cote, 2018; Vanderhoef, 2013).

A cultura gamer é o conjunto de aspectos compartilhados por jogadores e espectadores dos jogos, como seus rituais, artefatos e eventos (Orme, 2022). O consumidor de games é visto comumente como o usuário que busca prazer (Brock; Johnson, 2022), mas não apenas isso; esse consumo também pode ser entendido como uma luta contra os códigos hegemônicos que regem essa cultura (Kivijärvi; Katila, 2022).

Se tratando de uma cultura que surge a partir de um objeto de consumo (games/jogos) ofertado pela indústria de entretenimento (Seregina, 2018; Arnould; Thompson; Press, 2020), consideramos que a cultura gamer pode ser entendida como uma subcultura de mercado (Arnould; Thompson, 2005).

Subculturas de mercado têm recebido atenção nos estudos da *Consumer Culture Theory* (CCT) (Fox, 1987; Schouten, 1995; Kates, 1998; Kozinets, 2001; Kates, 2002; Brown; Kozinets; Sherry, 2003; Boutroy, 2020), pois, impulsionadas pelo novo contexto tecnológico, novas subculturas surgem com muita frequência (Kates, 2002).

O contexto tecnológico, do qual a cultura gamer faz parte, possibilita também maior atividade do consumidor (Roberts; Cremin, 2019) e se torna um lugar onde o consumo passa a ser multifacetado e cheio de possibilidades sociais que podem validar e alimentar determinadas crenças (Houston, 2004) ou pode representar um lugar de luta e renovação cultural (Boutroy, 2020).

No que se refere a estas possibilidades, o consumidor poderá lutar pelo estabelecimento e manutenção do status quo existente e, para isto, muitas vezes pode se utilizar de comportamentos tóxicos (Södergren, 2022). Na subcultura gamer, no exemplo trazido no início deste trabalho, observamos a atitude tóxica do consumidor que produziu o meme, assim como daqueles que provavelmente compartilharam, riram e fizeram comentários que validavam a postagem. O comportamento tóxico dentro das subculturas pode ocorrer de

forma tão recorrente que pode acabar caracterizando-as como subculturas tóxicas (Kuehn; Parker, 2018); nessas subculturas, os membros não aceitos são tratados com ofensas, assédio, agressão e exclusão (Darwin, 2018; Larghi, 2021).

Porém, o outro lado da moeda do consumo também pode ser encontrado na subcultura gamer. A luta das mulheres que adentram essa subcultura e insistem em permanecer nela tende a criar estratégias para efetivar sua presença, e isso pode ser considerado um comportamento de resistência do consumo.

A resistência do consumo possibilita a criação de agenciamentos que buscam oportunizar narrativas de empoderamento (Izberk-Bilgin, 2010), discursos políticos e inclusivos (Polese; Seliverstova, 2020) e, assim, pode se tornar um desafiante às estruturas dominantes dentro de uma subcultura (Dalli, 2008; Goulding; Saren, 2009).

A resistência do consumo (Bernauer; Mahon, 2005; Goulding; Saren, 2009) que encontramos na subcultura de consumo (Arnould; Thompson, 2005) gamer pode ser também caracterizada como uma resistência feminista. Pois os ataques feitos às mulheres *gamers* são realizados a partir de concepções machistas e misóginas, configurando uma masculinidade tóxica.

A masculinidade tóxica é entendida como a combinação de traços masculinos que consideram uma visão misógina e homofóbica para alimentar a dominação e desvalorização das mulheres por meio de violência sem controle (Kupers, 2005). Está ligada diretamente à objetificação sexual feminina e à criminalidade (Mcglashan, 2023). Ela é identificada através de práticas como força e domínio (Brod; Kaufman, 1994; Jewkes, Morrell; Hearn, 2015), que são prejudiciais para aqueles que se relacionam com ela e para os próprios homens que se comportam dessa maneira (De Boise, 2019), pois pode os levar a sérios problemas de saúde por se negarem a ser cuidadosos consigo numa tentativa de afastar estereótipos de fragilidade ou incapacidade (Bosson; Vandello, 2011), não buscam ajuda nem tratamentos para determinadas doenças, o que os faz ser acometidos por diversos problemas domésticos, sexuais e físicos (Waling, 2019).

Essa toxidade desvaloriza as mulheres e as feminilidades, as exclui de posições de poder, empregos, negócios e política (Schwalbe, 2015), é agressiva e sempre visualizada por meio de atitudes de exclusão e assédio (Phipps; Young, 2014; Jeffries, 2020; Donaghey, 2020; Daniels, 2021), que na maioria das vezes ocorre durante as partidas on-line ou durante transmissões de lives (streaming).

Isto ocorre pois, historicamente, foram determinados quais lugares, atividades, vidas e formas eram permitidos aos corpos femininos (Butler, 1990), o que implica em uma

imposição de normas e restrições que impactam diretamente a experiência das mulheres em diferentes aspectos da vida (Kates, 2002). A resistência feminista, nesse contexto, é uma forma de desobediência aos padrões sexistas dominantes (Dawson, 1988) e pode ocorrer de diferentes formas (Weiner-Levy, 2011; Redden; Terry, 2012; Zanette, Brito, 2018). Aqui destacamos que as mulheres *gamers* estão desafiando essas restrições, marcando presença, persistindo, usando e se divertindo, na medida em que consomem esses objetos de lazer (Dawson, 1988) e configuram um ato de resistência (Kivijärvi; Katila, 2022). Portanto, a resistência feminista através dos corpos digitais das mulheres *gamers* é posicionada como uma forma significativa de desafiar e subverter as normas de gênero tradicionais, representando uma expressão concreta da busca por igualdade e liberdade das mulheres.

### 1.1. INTRODUZINDO A ESFERA CONCEITUAL

A atividade gamer tem se tornado cada vez mais um trabalho, impulsionado pelas transformações tecnológicas. Atividades como youtubers e *streamers gamers* têm se tornado uma realidade possível. A atividade de streamer gamer corresponde ao fornecimento de uma experiência de visualização na qual jogadores jogam determinado jogo (Orme, 2022). Essa experiência é ofertada nas transmissões de vídeos em plataformas como *Twitch* e *YouTube* e tem como característica a autenticidade (Ruotsalainen, 2022).

A partir disto, defendemos que os *streamers gamers* agem dentro de uma lógica prossumerista que evidencia sua função enquanto autores e construtores de sua própria experiência de consumo (Ritzer; Miles, 2019; Cova; Maclaran; Bradshaw, 2013) a partir da sua apropriação dos jogos para criarem outros conteúdos derivados para seu próprio público consumidor.

A palavra prossumo tem origem na união das palavras produtor (producer) e consumidor (consumer) (Toffler, 1980). O prossumo é fruto de um imbricamento das ações de consumo e produção (Ritzer; Miles, 2019) e, no caso dos *streamers*, se apresenta pelas esferas de consumo hedônico e outra, às vezes, mercadológica. E o consumo desses conteúdos está crescendo cada vez mais, assim como está dando aos *streamers gamers* sucesso, fama e carreira profissional (Brock; Johnson, 2022).

A ascensão das lives de jogos trouxe ainda novas possibilidades de interações sociais, apresentando uma quebra no padrão esperado nos meios tradicionais de comunicação (Hilvert-Bruce; 2018). Para aqueles que prossumem esses conteúdos, a autenticidade,

disciplina e a divulgação são fatores-chave para o alcance do sucesso e estabelecimento da carreira como streamer gamer (Ruotsalainen, 2022).

As carreiras e fama dessas pessoas que se constituem enquanto celebridades a partir das mídias digitais apontam para um fenômeno expressivo conhecido como influência digital. Os influenciadores digitais são pessoas que se tornaram famosas a partir da criação de conteúdos disseminados on-line para serem consumidos e recebem monetização para isto (Delbaere; Michael; Phillips, 2020; Childers; Lemon; Hoy, 2019).

Os influenciadores digitais tornam-se referenciais para as pessoas que os seguem (Childers; Lemon; Hoy, 2019; Roelens et al., 2016; Uzunoğlu; Kip, 2014) e, se tratando de figuras femininas, reconhecemos a importância e impacto que elas têm dentro desse meio que foi culturalmente estruturado dentro de uma lógica masculina e machista (Johnson, 2013; Jenkins, 2006).

## 1.2 INTRODUZINDO A ESFERA TEÓRICA

Como já mencionado, o meio tecnológico e conseqüentemente o mundo dos *gamers* sempre marginalizaram as mulheres, desde sua produção até participação e usufruto, e diante disto, o ciberfeminismo surgiu como um movimento crítico a essa cultura (Hardey, 2019; Keller, 2015).

O ciberfeminismo é uma filosofia (Klein; Hawthorne, 2010) voltada para o empoderamento feminino (Hardey, 2019; Keller, 2015) que parte da sororidade no ciberespaço, nas redes (Plant, 1997; Bassett, 1997). É denunciado pelo ciberfeminismo que a cultura tecnológica é diretamente enraizada ao patriarcado e isso resulta em uma não neutralidade relacionada aos gêneros que interagem e utilizam as tecnologias (De Hertogh; Lane; Ouellette, 2019; Hardey, 2019; De Hertogh, 2015).

Se debruçando sobre a relação mulheres-tecnologia, o ciberfeminismo traz consigo o conceito de corpo ciborgue de Donna Haraway (2000), que se refere à conexão de corpos humanos e não humanos.

Juntamente ao conceito de corpo ciborgue, destacamos a importância e capacidade de um corpo se tornar um meio de resistência como é realizado pelo feminismo (Brace-Govan, J.; Ferguson, 2019). Assim, observamos que os corpos femininos se corporificam no ambiente virtual, como em uma partida de jogo digital através de um avatar ou characters, se materializam em um corpo ciborgue que é capaz de ser afetado, sentir e resistir à cultura gamer enquanto uma cultura machista.

Essa resistência é então possibilitada por uma performatividade de um corpo (Haraway, 1997) que irá de encontro a certos padrões problemáticos da sociedade que surgiram por meio de uma produção de saberes, criando subjetividades em rede (Wilson, 2009).

Em complemento a isto, utilizamos a teoria de performatividade de gênero de Butler (1990) para argumentar que o gênero feminino passa então a ser performado dentro de um ambiente virtual que é capaz de reproduzir as normalizações sociais de comportamento, aparência e presença feminina. Para Butler (1990), os corpos performam validando os rótulos, lugares e formas que lhes foram determinados com base na categorização sexual ou podem se tornar performatividades que negociam e resistem às imposições feitas a eles.

### 1.3 PROBLEMA E JUSTIFICATIVA DE PESQUISA

Propomos então que as influenciadoras digitais *streamers gamers* executam uma atividade prossumerista, por meio da performatividade de um corpo ciborgue, como uma forma de resistência à cultura gamer que muitas vezes pode ser caracterizada como machista e até uma cultura misógina, e isto ocorre por conta da marginalização histórica de seus corpos no âmbito tecnológico. Assim, pretendemos responder à seguinte questão de pesquisa: **Como o prossumo de influenciadoras digitais *gamers* de *Counter-Strike* revela uma resistência ao machismo por meio da performatividade de seus corpos ciborgues?**

A execução deste trabalho mostra-se relevante, ao dedicar-se ao prossumo de influenciadoras digitais, subculturas, toxidade e resistência de consumo, contribuindo para estudos de marketing, mais precisamente com os estudos direcionados pela *Consumer Culture Theory* (CCT) (Sobande; Fearfull; Brownlie, 2019; Arnold, Thompson, 2007; 2005), na medida em que se debruça sobre um fenômeno cultural imbricado nas novas tecnologias. O estudo também apresenta uma abordagem diferenciada, pois cria um entrelaçamento entre a teoria ciberfeminista e a teoria da performatividade.

Evidencio a lacuna existente na academia, que traz em sua maioria estudos sobre *gamers* do ponto de vista normativo, masculino e focado apenas na crítica sobre a violência incitada nos games (Garcia; Johnson, 2018), o que resulta em uma reafirmação ou reforço da supremacia masculina no meio tecnológico (Kivijärvi, Katila, 2022; Fullerton, Morie, Pearce, 2008; Naidoo, Coleman, Guyo, 2019). Assim, destacamos a importância da realização de estudos que busquem evidenciar problemas de ordem estrutural e social, na medida em que, de forma crítica, ainda se busque promover equidade, segurança e educação para as mulheres

nesse mundo, de forma opositora aos discursos estigmatizados e preconceituosos que ainda fazem parte da cultura de nossa sociedade.

Metodologicamente, este trabalho se justifica por aplicar e expandir o método da Análise de Discurso Pós-Estruturalista Feminista (ADPF). Ao transpor essa abordagem para um contexto distinto dos já explorados, como os estudos educacionais e empresariais, este estudo evidencia uma aplicação prática do método, fundamentada em conceitos e ideias pós-estruturalistas.

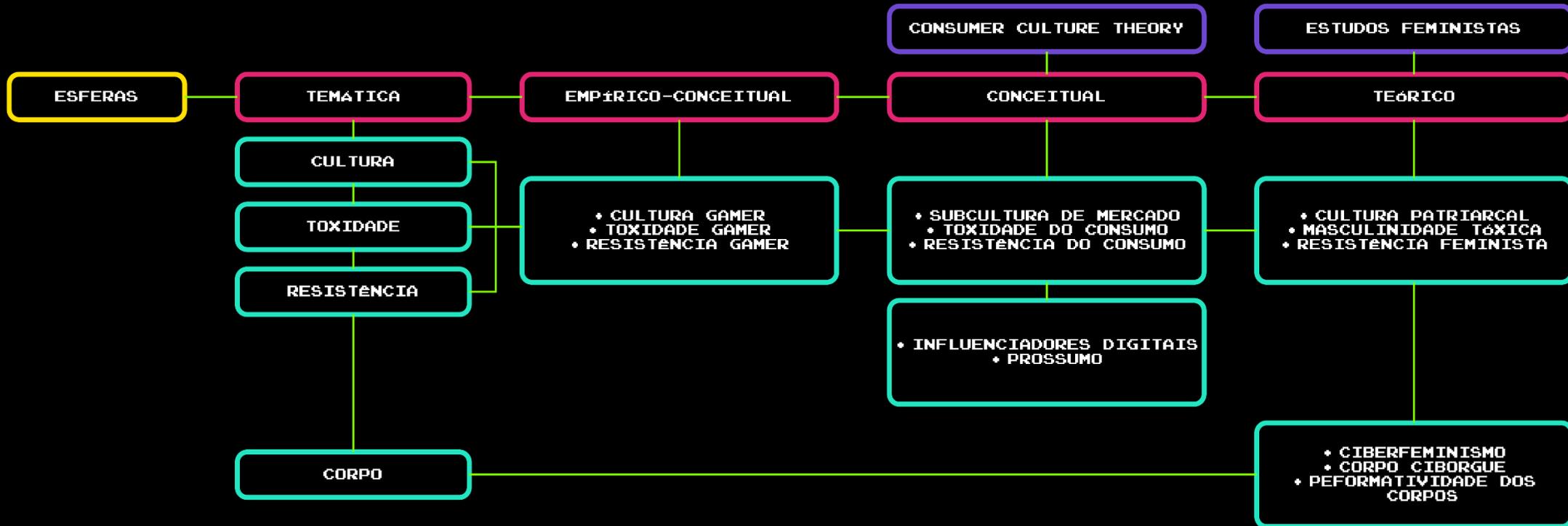
No âmbito prático, destacamos o fortalecimento de um portfólio acadêmico voltado para questões políticas, culturais e sociais, especialmente diante da nova realidade digital. Nosso estudo busca favorecer a presença feminina nos games, dando visibilidade à causa das mulheres nesse meio e denunciando as desigualdades que ainda persistem. De forma mais abrangente, espera-se impactar a manutenção dos direitos já conquistados pelas mulheres na sociedade como um todo, além de reforçar a luta por novas conquistas. Que as diferentes formas de vida sejam reconhecidas e respeitadas, independentemente de gênero, sexualidade, cor, classe ou localização social.

Por fim, destacamos a justificativa gerencial deste trabalho, pois ele oferece uma base teórica e empírica que pode subsidiar organizações e empresas do mercado gamer a repensarem e avançarem em suas políticas de inclusão e no repúdio ao machismo e à misoginia.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo foi construído com o objetivo de apresentar o arcabouço teórico utilizado para a concepção deste trabalho. Para melhor organização dos temas e assuntos trabalhados, ele está dividido em três esferas, que são teórico-empírico, conceitual (Cultura e mulheres *gamers*; Toxidade e mulheres *gamers*; Resistência de mulheres *gamers*), conceitual (Influenciadores digitais; Prossumo) e teórica (Feminismo e suas ondas; Corpo ciborgue, Performatividade dos corpos femininos). A estrutura temática, conceitual e teórica está apresentada na figura 2:

Figura 2 – Modelo teórico



Fonte: A autora (2025).

## 2.1 ESFERA EMPÍRICO-CONCEITUAL

A primeira esfera corresponde ao teórico-empírico conceitual, ela traz a construção do estudo a partir do olhar sobre o nosso objeto empírico, dialogando com três conceitos da Teoria da Cultura do Consumo (CCT) e três conceitos pertencentes à teoria feminista. Esse âmbito permeia três temas específicos que são a cultura, a toxidade e a resistência. A primeira seção se inicia pela discussão da cultura gamer enquanto uma subcultura de consumo existente em meio à cultura patriarcal; depois é apresentada a seção referente à toxidade da cultura gamer enquanto uma espécie de toxidade do consumo e imbricada à masculinidade tóxica; e em seguida, a terceira seção trabalha a resistência gamer, apresentando-a como uma resistência do consumo que contempla as formas de resistência feminista.

### 2.1.1 Cultura e mulheres *gamers*

Orme (2022) caracteriza a cultura gamer pelo conjunto de seus rituais, eventos especiais, jogadores e espectadores, e seus artefatos. Podemos ilustrar seus rituais com seus treinamentos e nivelamentos; quanto aos eventos *gamers*, podemos destacar os lançamentos de jogos, eventos competitivos e transmissão de jogos; quanto a seus artefatos, temos os personagens, skins (mudanças visuais feitas em personagens e objetos de jogos digitais), acessórios, jogos, assim como os equipamentos que dão suporte e arranjam a estética gamer, como computadores, celulares, consoles, múltiplas telas, luzes e fitas de led; e por fim, esta cultura é compartilhada por seus jogadores, ou seja, consumidores desses jogos, incluindo também os consumidores das transmissões informais e dos eventos competitivos.

Figura 3 – Elementos da cultura gamer



Fonte: Corpus da autora (2025).

A figura 3 traz um grupo de elementos caracterizadores da cultura gamer. Nesta, podemos observar máquinas de alto nível para o desempenho dos jogos digitais, como computadores *gamers* e celulares *gamers*, capazes de acoplarem ainda controles de vídeo game, os famosos gamepads. Observamos ainda, na figura 3, uma página para compra de skins/avatars, seguida por uma imagem de um time brasileiro em um grande evento de esporte gamer e, por fim, vemos a interface de um jogo que oferece treinamento de mira para seus jogadores, demonstrando assim alguns artefatos representativos da cultura gamer. O consumo dos games é entendido a princípio como uma busca consciente de uma atividade prazerosa (Brock; Johnson, 2022) que é compartilhada por membros de uma cultura de consumo.

Podemos definir uma cultura de consumo como um conjunto interrelacionado de imagens, objetos e textos específicos que são criados envoltos em uma lógica comercial e são utilizados e recriados por grupos de consumidores que constroem, a partir destas, suas práticas, identidades, significados concordantes e discordantes, dentro da aceitação coletiva no grupo que definirá e orientará suas formas vivenciais (Kozinets, 2001).

Esses grupos específicos negociam e incorporam os significados (Thompson; Haytko, 1997) da cultura de consumo e suas implicações de mercado (Schouten; McAlexander, 1995; Moisander; Valtonen; Hirsto, 2009) a partir dos seus relacionamentos, interações, dos papéis que executam durante a vida (Holt, 1997; Willis, 1990; Kates, 2002),

experiências vivenciadas (Joy, 2001) e assim estabelecem uma subcultura de consumo (Arnould; Thompson, 2005; Dagalp; Hartmann, 2022; Thomas-Parr, 2023).

Nos alinhamos à perspectiva dos estudos de culturas de consumo, a qual se caracteriza pela ideia de que as pessoas são criadoras de cultura (Arnould; Thompson, 2005). As culturas de consumo são demarcadas em sua maioria por uma força de oposição ao mainstream (Arnould; Thompson, 2005), se distanciando das normalizações e estilos de vida dominantes (Brown; Kozinets; Sherry, 2003), criam um modo de vida onde compartilham práticas e crenças opostas àquelas já estabelecidas (Kates, 2002).

Nessa perspectiva, as subculturas definem o status social de seus membros (Arnould; Thompson, 2005) com base no desenvolvimento, conhecimento e habilidades tidas como importantes acordadas, assim como valorizam a capacidade de retrabalhar e inovar os símbolos que são compartilhados pelo grupo (Kates, 2002; Kozinets, 2001; Mcalexander; Schouten; Koenig, 2002).

As subculturas criam seus próprios sinais, estilos e modos de consumo que passam a indicar e caracterizar facilmente seus membros, tornando-os reconhecidos por outras pessoas da sociedade, até mesmo por aqueles que seguem um estilo de vida mais mainstream (Brake, 1985).

O aparecimento de novas subculturas tem sido algo visível nos últimos tempos. Como exemplo, podemos citar as subculturas das comunidades gótica, punk (Fox, 1987), gays (Kates, 1998), lésbicas (Weston, 1993), etc. Como também podemos destacar subculturas de consumo que são aquelas que se organizam a partir do interesse em determinada marca, produtos ou prática de consumo (Schouten; Mcalexander, 1995), como as subculturas de fãs, de forma geral (Gray; Sandvoss; Harrington, 2017), e especificamente os fãs de Star Trek (Kozinets, 2001), Harry Potter (Jenkins, 2015) e adentrando o espaço cibernético (Kates, 2002) destacamos aqui a cultura gamer como uma subcultura de consumo.

A subcultura gamer é tanto uma subcultura de consumo, como também é uma subcultura de lazer. Kates (2002) destaca que, para muitos estudiosos, as subculturas de lazer podem ser classificadas como uma resposta à busca de prazer, um passatempo e tendem a durar por apenas uma fase, como, por exemplo, a fase da adolescência. No entanto, ao observarmos os novos moldes que surgem com o avanço tecnológico e a criação de espaços cibernéticos, podemos sugerir que sejam um indicativo de que algumas subculturas de lazer, ligadas ao digital, perdurarão por toda a vida de um grupo. Isto pode ser visualizado de forma objetiva ao indicarmos, na cultura gamer, o surgimento de *gamers* que fizeram de seu hobby sua carreira profissional.

As novas formas de consumo, possibilitadas pelos espaços cibernéticos (Houston, 2004; Whitehouse, 2022), incluindo o consumo de jogos digitais, criam um entrelaçamento entre a hiper-realidade e o mercado pós-moderno (Firat; Venkatesh, 1995) que é caracterizado por experiências de consumo simbólico, multifacetado e cheio de paradoxos complexos, pois, nestes espaços, são muitas vezes reproduzidas noções culturais problemáticas (Houston, 2004). Porém, esses espaços também podem servir como lugares críticos e provocar a renovação de uma subcultura (Boutroy, 2020) problemática ou até mesmo tóxica.

Para Kates (2002), as novas tecnologias carregam em si os moldes do pós-moderno e a intensificação do hiper-real pode acabar desvendando as relações de poder dos consumidores e novos espaços de construção cultural que possibilitam a reformulação de ideias já postas. Com isso, o autor propõe que as subculturas passem a ser tratadas como um conjunto multiforme de significados compartilhados, mas que são fluidos, mutáveis, maleáveis, reconfiguráveis e assim seus membros podem criar situações de oposição tanto externas quanto internas, quando questionam as bases ou regras dentro do próprio grupo ou subcultura.

Assim, podemos afirmar que uma subcultura que compartilha ideais machistas e misóginos, como a cultura gamer, pode ser colocada em uma situação de questionamento pelos próprios membros e ser reformulada a partir das interações nesses espaços cibernéticos. Junto a esta colocação, trazemos as ideias de Houston (2004) que falam sobre a oferta de produtos ou serviços novos que surgem com o intuito de atender lacunas que o mercado não se propôs a atender inicialmente e acabou causando marginalização de algum público específico.

Essa fatia de consumidores marginalizados irá então solicitar, dentro da própria subcultura, que tanto seus membros quanto o mercado sejam capazes de os incluir no consumo desejado. Isso pode ser representado dentro da subcultura gamer, com a reivindicação das *gamers* mulheres que desejam ser tiradas da posição de marginalidade nos jogos, e essa reivindicação pode ter sido o motivo que fez com que existisse, ainda de forma mínima, a inserção de avatares femininos nos jogos e avatares femininos não sexualizados, por exemplo.

A marginalização feminina nos games é fruto de uma disfunção social macro que tem suas raízes na cultura patriarcal sob a qual estamos inseridos. De acordo com Kelkar e Nathan (2020), a cultura patriarcal resultou de um processo histórico longo. Esta cultura se instalou em algumas sociedades há pelo menos 2.500 anos e tem suas origens na apropriação dos corpos e na capacidade reprodutiva das mulheres como uma propriedade privada (Lerner,

1986), de seus pais ou de seus maridos (Lerner, 1986; Dawson, 1988), assim como sua capacidade de produção, como trabalho, também seria pertencente a seus “responsáveis” masculinos próximos (Omvedt, 1987; Vink et al., 2023).

Na cultura patriarcal, a produção, a política, a cultura, a reprodução e a sexualidade são articuladas por homens (Dawson, 1988; Bawa, 2012; Kelkar; Nathan, 2020) que, além do exposto, também detêm a capacidade de violência e a utilizam de forma instrumental (Walby, 1989; Gisbert; Rius-Ulldemolins, 2019; Vink et al., 2023). Logo, houve uma monopolização masculina no que se refere à detenção das formas de conhecimento superiores (Mozeley; Mcphillips, 2019; Kelkar; Nathan, 2020). Com base nisto, podemos definir o patriarcado como uma estrutura social regida por práticas que colocam os homens enquanto dominadores e aplicadores de exploração e opressão feminina (Parry, 1983; Walby, 1989; Donaghey, 2020; Yang; Hu, 2024; Ferry, 2025).

Criticamente, o patriarcado está originalmente ligado à ideia de que as mulheres seriam corporificações do mal ou suscetíveis ao mal (Kelkar; Nathan, 2020; Vink et al., 2023), como a representação da tentação por um viés religioso, ou aproximação com ideias e comportamento de seres malignos, manuseadoras de magia má, como bruxaria (Kelkar; Nathan, 2020).

A sociedade patriarcal colocou as mulheres sob uma pressão para que se distanciassem cada vez mais de ideias “impuras e perigosas” que pudessem levá-las ao seu caminho natural de maldade e prejudicial a todos na sociedade (Kelkar; Nathan, 2020; Donaghey, 2020; Grewal, 2020). Foram colocadas como protetoras do lar e dos filhos, servidoras de seus maridos (Dawson, 1988; Weiner-Levy, 2011; Gaunt; Pinho, 2018) e tiveram suas características fisiológicas femininas, como menstruação, menopausa e infertilidade, postas em julgamento, apagamento e repúdio (Morgan, 2006).

A sexualidade feminina foi fortemente demarcada como suja e a pureza de seus lares, assim como de seus corpos, tornou-se um requisito de decência e de boa mulher. Os direitos sexuais entre homens e mulheres tornaram-se assimétricos e acabaram favorecendo a monogamia feminina e a liberdade sexual masculina (Donaghey, 2020; Kelkar; Nathan, 2020) com o intuito de garantir que os sistemas de herança fossem mantidos de pais para filhos legítimos (Lerner, 1986; Kelkar; Nathan, 2020). A partir daí, as instituições passaram a se organizar com base na distinção dualista sexual (Haj, 1992; Kandiyoti, 1988), fazendo com que o patriarcado continuasse produtivo, já que representava um importante criador e mobilizador de poder político, econômico e social (Dawson, 1988; Grewal, 2020) e se

enraizava em níveis micro, nas famílias; e no macro, no governo social (Kelkar; Nathan, 2020).

O patriarcado é marcado pela valorização da conexão entre classe e poder (Morgan; Taylorson, 1983); família e Estado; raça e imperialismo; nacionalismo e economia; e por fim, religião e autoridade masculina heteronormativa, que segue fortalecendo ideais misóginos, de acumulação e controle dos corpos subjugados por esse sistema (Donaghey, 2020; Grewal, 2020).

Em sua maioria, mulheres, as mais prejudicadas pela cultura patriarcal, são sempre postas em um papel subordinado por meio da força misógina que o patriarcado acarreta, assim são diversas vezes vistas como alvos merecedores de violência (Dawson, 1988; Donaghey, 2020; Vink et al., 2023), o que podemos ver muitas vezes nos discursos que circundam a cultura gamer. As mulheres que adentram essa cultura buscam lazer e diversão e, de repente, se deparam com xingamentos e ofensas de todos os tipos durante as partidas dos jogos, em suas páginas ou lives.

O lazer tem em sua etimologia o sentido de liberdade e, ao mesmo tempo, controle, e quando analisado culturalmente, é entendido como um aspecto da vida que é utilizado como uma forma de dominação aplicada para o controle de grupos subordinados (Dawson, 1988).

A relação entre mulheres e lazer tem sido problemática (Deem, 1982), pois o lazer para as mulheres sempre foi colocado como algo que deveria acontecer apenas em suas casas, sem contato com o exterior (Gregory, 1982, Clarke; Critcher, 1985), fortalecendo ainda mais sua subordinação e dominação por seus maridos (Dawson, 1988). Ao mesmo tempo que podiam ter momentos de lazer, a maioria das mulheres não conseguia dispor de tempo diante da grande carga de trabalho doméstico não remunerado (Andrew, 1981), e isso se intensificou com a inserção das mulheres no mercado de trabalho, pois agora elas teriam que dividir seu tempo com os trabalhos domésticos, criação dos filhos, trabalho fora de casa e seu lazer (Deem, 1982; Dawson, 1988).

Porém, na maioria das vezes, a mulher ainda deveria renunciar a seu tempo de lazer em prol do lazer masculino (Deem, 1982; Dawson, 1988) e, quando finalmente as mulheres puderam considerar um lazer que não estivesse estritamente ligado à sua domesticidade, teriam que estar acompanhadas por algum homem adequado, como seus pais ou maridos, pois se estivessem sozinhas eram vistas como prostitutas (Cunningham, 1980).

Essa subordinação feminina com relação ao lazer prevalece até os dias de hoje (Dawson, 1988) e talvez por isso, além de culturalmente a área tecnológica ser machista (De Hertogh, Lane; Ouellette, 2019; Hardey, 2019; De Hertogh, 2015), as mulheres que tentam

participar da cultura gamer sejam sempre mal-vindas. Assim, refletimos que esses aspectos históricos podem estar tão diretamente associados a toda sexualização, ataque e assédio direcionados às mulheres que fazem parte da cultura gamer.

### **2.1.2 Toxidade e mulheres gamers**

Na cultura gamer, existe uma classificação dualista, artificial e problemática que divide os jogos em duas categorias: os jogos casuais e os jogos hardcore. Os jogos casuais são aqueles que duram períodos curtos, são atribuídos ao jogador “menos sério”, jogados em dispositivos móveis e com baixas curvas de aprendizado e tendenciosamente, mas não coincidentemente, mais jogados por mulheres (Kivijärvi, Katila, 2022; Humphreys, 2019). Dentre eles, podemos citar jogos como *Candy Crush Saga*, *Bejeweled*, *FarmVille* e *The Sims*.

Porém, os jogos validados no mundo dos gamers são aqueles considerados hardcore, que cultural e tendenciosamente são jogos mais voltados para o gosto de pessoas do gênero masculino (Kivijärvi, Katila, 2022; Vanderhoef, 2013), por apresentarem narrativas desafiadoras e competitivas (Poels et al., 2012) e de nível de dificuldade alto (Chess; Paul, 2019), o que faz com que a maioria das mulheres não se reconheçam como gamers (Stone, 2019; Vermeulen; Bauwel; Looy, 2017). Dentre esses, podemos citar jogos como *Dark Souls*, *Call of Duty* e *Counter-Strike*.

A identidade dos jogadores hardcore é estereotipada por aspectos culturalmente normalizados como exclusivos do gênero masculino, enfatizando a inteligência e o conhecimento de utilizar e manusear a tecnologia (Ruotsalainen, 2022; Kivijärvi; Katila, 2022), assim como a identidade nerd, marcada pelo alto interesse tecnológico, geralmente atribuída a homens (Johnson, 2018).

Esse padrão, atribuído às características definidoras do gênero masculino, pode ser entendido como uma "masculinidade hegemônica", termo desenvolvido por Raewyn Connell (2020). Para a autora, a masculinidade hegemônica corresponde ao padrão de masculinidade predominante em uma cultura específica, são formas particulares de representação e utilização dos corpos masculinos, apontando para uma dinamicidade de padrões a depender da sociedade em questão. Dessa forma, o que se tem como comportamentos, aparência, identidades ou papéis atribuídos ao gênero masculino varia nas diferentes sociedades e em cada momento histórico.

Connell (2020) destaca que as características da masculinidade hegemônica, embora não sejam rígidas e nem determinantes, são heterossexualidade, força física, agressividade, controle emocional, sucesso profissional, superioridade com relação às mulheres.

Além disso, salienta-se a existência de masculinidades plurais que coexistem com a masculinidade hegemônica de forma hierárquica e que evidenciam relações de poder, como, por exemplo, a masculinidade trans (Connell; Messerschmidt, 2005; Jennings; Murphy, 2000; Jewkes et al., 2015). O mesmo acontece com a chamada “Feminilidade enfatizada”, que é o conjunto de padrões que classificam o gênero feminino, através de características como passividade, delicadeza, doçura e beleza. Esta é relacionada à masculinidade hegemônica de forma assimétrica, pois corrobora com a ideia de feminilidade subordinada à masculinidade hegemônica, resultando em restrições aos corpos femininos e limitando suas oportunidades no mundo. De certa forma, a masculinidade hegemônica e a feminilidade enfatizada “trabalham” juntas para a manutenção do status quo do homem na sociedade, mas dentro da ordem patriarcal as masculinidades sempre estarão em uma posição superior às feminilidades existentes (Connell, 2020).

Este conceito tem sido trabalhado em estudos feministas (Segal, 2006), sobre educação (Martino, 1995; Skelton, 1993), criminalidade (Messerschmidt, 1993), saúde (Gerschick; Miller, 1997), mídia (Jansen; Sabo, 1994), organizações (Messerschmidt, 1995), direito (Thornton, 1989), arte (Belton, 1995) e geografia (Berg, 1994). E o que se tem visto é que a masculinidade hegemônica não se tornou normal estatisticamente, mas sim materializa um ideal a ser seguido, buscado, incorporando a forma mais honrosa de ser um homem que conseqüentemente subordina os diferentes de si (Connell, 2020; Connell; Messerschmidt, 2005).

A masculinidade hegemônica pode ser configurada a partir de três níveis: o local, que são as relações imediatas como família, trabalho, organizações e comunidades; o regional, que é composto pelo Estado, cultura e país; e global, que se dá através das arenas transnacionais das políticas globais, midiáticas e globalização (Connell; Messerschmidt, 2005), ou seja, questões de raça, classe e região fazem com que ela se torne um grande desafio para a desinstitucionalização das desigualdades de gênero (Holter, 1997; 2003).

Assim, observamos que na nossa sociedade, e neste momento histórico específico, consideramos características como inteligência, capacidade de trabalhar com aspectos tecnológicos, interesse por desafios e competição, que estão presentes nos jogos hardcore, como compostos da masculinidade hegemônica de nossa cultura ou mais especificamente da

cultura gamer, já que ela não valida jogadores de outros tipos de jogos, neste caso, os jogos casuais.

As pessoas que optam por jogar jogos casuais tipicamente passam por uma estigmatização e exclusão da comunidade gamer (Chess; Paul, 2019; Johnson, 2018; Vermeulen; Abeele; Van Bauwel, 2017). Os jogadores casuais são vistos como inferiores e como pessoas que não possuem comprometimento e capacidade de aprender temas, tecnologias e práticas do mundo gamer, fazendo com que apenas os jogadores dos jogos considerados hardcore sejam reconhecidos como *gamers* (Kivijärvi; Katila, 2022; Chess; Paul, 2019).

Na cultura gamer, a presença de jogadores casuais incomoda os jogadores que se intitulam de *gamers* sérios (Orme, 2022; Kuss et al., 2022). Nesta, busca-se a separação dos jogadores verdadeiros daqueles que não merecem ser considerados *gamers* (Chess; Paul, 2019), o que valoriza e empodera um discurso hegemônico que hierarquiza seus membros (Kivijärvi; Katila, 2022) para proteger a identidade do homem gamer e fortalecer as exclusões de gênero (Dowling; Goetz; Lathrop, 2020). Perpetuando narrativas de meritocracia que são nada menos que vantagens concedidas a alguns pela própria estrutura (Paul; 2018) e pelas relações sociais que envolvem classe social, raça, sexo e gênero.

Ou seja, as identidades “anormais” (Foucault, 2001), como pessoas da comunidade LGBTQIAPN+ (Ruberg, 2019; Gray, 2017), de cor não branca (Gray, 2014) e mulheres (Cote, 2018), que entram na comunidade gamer, passam a ser excluídas, alvos de comportamento tóxico (Kuss et al., 2022) e discursos de ódio (Saengprang; Gadavani, 2021). Tratando então da estigmatização do gênero feminino no mundo gamer, temos como possíveis resultados o sexismo, assédio, objetificação e outras formas de violência de gênero (Kuss et al., 2022; Ochsner, 2019).

Figura 4 – Vai lavar a louça



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Na figura 4, nos deparamos com uma situação na qual uma streamer gamer é atacada por outro jogador durante sua transmissão. O jogador ataca a streamer gamer por meio de

comentários pejorativos associados à concepção machista da atividade feminina, que defende que atividades relacionadas à manutenção do lar e criação de filhos são exclusivamente da mulher e não há como fugir disto. O jogador então questiona se a streamer já lavou a louça e, em seguida, reforça seu questionamento machista na medida em que fala que a streamer deveria estar ocupada com tarefas domésticas e não criando conteúdo na plataforma em formato de live. Ainda na figura 4, observamos em outra live um streamer que presencia uma cena parecida durante sua atividade prossumerista. Nesta, a menina atacada é um membro da equipe e recebe comentários de um dos próprios integrantes da equipe, que faz questão de deixar evidente que a jogadora deveria estar realizando tarefas domésticas, como lavar a louça, fortalecendo o fato de que a presença feminina nos jogos não é aceita.

Toda a estrutura e apresentação do mundo gamer é voltada para o que culturalmente foi definido como masculino. Esse discurso é reforçado pelas práticas da indústria que têm como seu público-alvo tradicionalmente o público masculino (Johnson, 2013; Jenkins, 2006), assim como os espaços midiáticos costumam produzir mais conteúdos valorizando mais *gamers* e personagens masculinos do que femininos (Cote, 2018; Vanderhoef, 2013).

A entrada das mulheres no mundo gamer tem sido atribuída e incentivada por desenvolvedores de jogos casuais (Kivijärvi; Katila, 2022), o que tende a ser um tanto problemático, como já explicado anteriormente. Mas o que existe por trás desse comportamento é que o acesso dessas meninas e mulheres durante suas diferentes fases da vida é interferido por normalizações e restrições sociais de gênero, fazendo com que seu acesso à tecnologia e consumo de jogos, principalmente os considerados hardcore, seja repleto de empecilhos, se tornando um desafio para elas (Orme, 2018).

A oferta de jogos voltados para o público feminino perpassa uma representação pejorativa que inclui atividades como ser mãe ou esposa, envolvendo narrativas de cuidado e sentimentos (Jenkins, 2006), além de serem ofertadas mais figuras, fantasias e avatares masculinos do que femininos (Cassell, 2002).

Os personagens, avatares e *characters* femininas nos jogos digitais são geralmente estereotipadas (Hayes, 2007), retratadas valorizando sua beleza e juventude (Kivijärvi, Katila, 2022; Cote 2018), com corpos e vestimentas altamente sexualizadas, utilizando poucas roupas ou até nenhuma (Naidoo, Coleman, Guyo, 2019), demonstrando que sua construção se dá a partir do voyeurismo masculino. Em grande parte dos jogos, elas são adicionadas às narrativas de forma secundária, enquanto vítimas, assistentes ou acessórios dos personagens masculinos (Glaubke; Miller; Parker, 2001; Burgess; Stermer; Burgess, 2007; Near, 2013). Assim como os jogos digitais mais vendidos tendem a ter narrativas com personagens

principais masculinos, além disso, são apresentadas aos jogadores mais opções de jogabilidade com personagens não humanos com certa tendência ao gênero masculino do que personagens mulheres (Downs; Smith, 2010).

Figura 5 – Representações femininas nos games



Fonte: Corpus da autora (2025).

A figura 5 nos mostra alguns personagens/avatars de mulheres nos jogos digitais. Observamos então que a representação feminina desta imagem aponta para uma hipersexualização da figura feminina, corroborando com o que Naidoo, Coleman e Guyo (2019) trouxeram em seu estudo. É importante destacar que, embora prevaleça essa objetificação, alguns jogos começaram a inserir personagens femininas com maior diversidade e complexidade.

Contudo, ainda existem jogos em que avatares/personagens femininas nem sequer existem, ou só foram criadas após muito tempo, evidenciando mais uma vez a atenção da indústria de jogos voltada para o público masculino, como no caso do jogo *Counter-Strike (CS:GO)*, lançado em sua primeira versão em 1999, mas que só inseriu uma personagem feminina em 2019. As relações existentes entre o consumo, mídia, indústria de entretenimento, neste caso, a indústria de jogos digitais (Kozinets, 2001), são capazes de demonstrar como as formas de toxidade podem surgir e serem abordadas pelo consumidor (Kuehn; Parker, 2018).

Hoje, o consumidor tem em suas mãos maior capacidade recreativa, reivindicativa e crítica (Paiva; Garcia; Alcântara, 2017; Sudha; Sheena, 2017; Ritzer; Miles, 2019) ao interagir com seus objetos de consumo e com a subcultura na qual está inserido (Kates, 2002; Boutroy, 2020). Esta interação é realizada a partir de um contexto cultural mais amplo (Schouten; McAlexander, 1995; Fuschillo, 2020), se apoiando em aspectos simbólicos, ideológicos e

sociais (Arnould; Thompson, 2005) como questões de raça (Molina-Guzmán, 2016; Banks, 2021), classe (Vieites; Goldszmidt; Andrade, 2022) ou gênero (Cobb; Horek, 2018; Kuehn; Parker, 2018; Rose, 2021).

Os significados do grupo podem ser contrastantes (Kozinets, 2001) e gerar contradições dentro do próprio grupo (Mcalexander; Schouten; Koenig, 2002), pois a participação do consumidor acontece dentro de uma dinâmica em que alguns exercem poder sobre outros membros (Jenkins, 2015) enquanto outros negociam os conhecimentos e valores já estabelecidos no grupo ao se oporem aos padrões já estabelecidos (Kozinets, 2001; Södergren, 2022).

Assim, os consumidores podem, dentro de suas subculturas, apresentar características ativistas e mobilizadoras, positivas ou negativas. Positivas quando se referem a um movimento de inclusão, antirracista, anti-homofóbico etc., ou negativas quando seus comportamentos passam a ser excludentes, humilhantes e tóxicos.

O consumo muitas vezes é usado de maneira tóxica e pode acabar se tornando uma característica do grupo, mesmo que nem todos os seus membros executem essas ações (Södergren, 2022), provocando a exclusão ou sofrimento daqueles que são vistos como não dignos do consumo, como as mulheres (Kuehn; Parker, 2018). Ainda que o número dessas seja significativo, elas continuam sendo tratadas de maneira ofensiva e excludente (Darwin, 2018; Larghi, 2021).

A toxidade voltada ao gênero feminino é finalmente reconhecida como um problema cultural endêmico no século XXI (Cobb; Horek, 2018). Toda toxidade surge a partir de verdades institucionalizadas sobre o gênero e evidencia desequilíbrios nas relações sociais que continuam a fortalecer a execução do poder e a opressão aplicada ao gênero (Cobb; Horek, 2018; Charterisand; Gregory, 2021).

O ataque a mulheres, exclusivamente por causa de seu gênero, é mais comum do que se imagina. A toxidade sobre o gênero feminino, sempre ligada à exclusão e assédio (Diaz-Fernandez; Evans, 2019; Donaghey, 2020; Daniels, 2021), pode ser entendida como um comportamento danoso compartilhado por grupos de odiosos ou misóginos que disseminam ideias sexistas e homofóbicas (Phipps; Young, 2014; Jeffries, 2020), o que muitas vezes leva ao feminicídio (Fregoso, 2020; Forchieri, 2024).

Embora não exclusivamente, mas em sua maioria compartilhada por homens (Phipps; Young, 2014; Phipps et al., 2018), a masculinidade tóxica (Kupers, 2005), ligada à cultura do estupro (Phipps; Young, 2014; Phipps et al., 2018), é valorizada dentro de um contexto sociocultural que romantiza e erotiza homens agressivos e dominadores, vista como

algo normal e até desejável, como símbolo de masculinidade (Keller et al., 2018). Aqui, valida-se a sexualidade violenta, o direito dos homens sobre os corpos femininos, a passividade e obrigatoriedade sexual feminina em detrimento do bem-estar masculino (Phipps et al., 2018; De Souza; Selis, 2022).

A masculinidade tóxica se materializa de várias formas (Gisbert; Rius-Ulldemolins, 2019; Phipps; Young, 2014; Retallack et al., 2016), desde a invasão de privacidade, pressão para realização de fotos íntimas, divulgação e usufruto dessas imagens, olhares desconfortantes e policiamento dos corpos femininos, pressão e culpabilização de vestimentas e aparência, culpabilização e desestabilização moral da vítima, ofensas, piadas e “brincadeiras” sexistas e assédio sexual (Sills, 2016; Keller et al., 2018).

Essas ações estão se reconfigurando, assumindo novas formas e se tornando ainda mais sutis (Gill, 2011; Charterisand; Gregory, 2021) e podem se apresentar como microagressões. Microagressões, por serem quase indetectáveis, podem passar despercebidas ou ser minimizadas por serem vistas como atos do cotidiano, besteira ou brincadeiras (Crimmins, 2019; Donaghey, 2020), quando na verdade não devem ser aceitas, pois trata-se de ataques e assédio sexual e devem ser combatidas (Garcia; Johnson, 2018; Kelkar; Nathan, 2020; De Souza; Selis, 2022).

A toxidade direcionada ao gênero feminino pode acabar moldando as escolhas e os objetivos das mulheres, que passam a se sentir não dignas ou menos capazes que os homens, em determinadas situações ou ambientes sociais (Hammond; Overall, 2015; Shokooh Valle, 2020). E interrelacionado a este sentimento de inferioridade, existe um movimento discursivo que tem como objetivo justificar a exclusão ou a diminuição das mulheres na esfera social (GILL, 2011).

Além do exposto, algumas vezes as mulheres escondem ou negam que foram vítimas da toxidade masculina, pois encontram-se em uma situação que lhes traz o sentimento de culpa e vergonha e sentem-se desprotegidas e submissas em diversas relações de poder de gênero (Donaghey, 2020). E, por outro lado, dentro de uma inversão de significados, deixando de lado características como inocência e pureza, algumas envolvem-se num processo de sujeição que valida a exibição de seus corpos e sua própria sexualização, mas com uma maquiagem de feminismo (Gill, 2011), que pode resultar também em situações envoltas de masculinidade tóxica (Kupers, 2005).

É importante ressaltarmos que essa masculinidade tóxica (Kupers, 2005) não se direciona apenas às mulheres que se identificam com a sexualidade que lhe foi determinada socialmente, mas também inclui pessoas da comunidade LGBTQIAPN+, como trans e não

binárias, que também sofrem assédio, são agredidas e estigmatizadas com base em suas identidades e sexualidades (Cobb; Horek, 2018). Além disso, a toxidade é aplicada às pessoas de diversas formas e está imbricada em diferentes camadas e características corporais que as definem com base nos gêneros, raças e classes sociais (Gill, 2011; Diaz-Fernandez; Evans, 2019).

### **2.1.3 Resistência de mulheres gamers**

Embora 46% dos jogadores sejam mulheres, o mundo dos gamers ainda continua sendo visto como masculino (Newzoo, 2019). Porém, reconhecendo os impactos da subjetivação feminina a partir dos discursos e comportamentos tóxicos no ambiente (Witkowski, 2018; Shaw, 2013; Shaw, 2012), podemos afirmar que a presença majoritária de mulheres nesses ambientes pode indicar uma possível remodelagem social através da quebra do discurso hegemônico que circunda o mundo dos games (Chess, 2017).

Mesmo envoltas no discurso hegemônico gamer, a identidade das jogadoras pode ser criada por meio de ações alternativas que desafiam esse mesmo discurso, apresentando novas conotações, posições e discursos por meio das variadas práticas de consumo gamer.

O consumo tornou-se sinônimo de cultura, pois suas formas e práticas ditam a estrutura e a ordem social (Holt, 2002; Holt; Thompson, 2004; Izberk-Bilgin, 2010). Aspectos como gênero, classe social e subculturas são diretamente influenciados pelas relações de consumo e mercado (Baudrillard, 2016; Saren; Parsons; Goulding, 2019).

Muitas vezes, a ordem estabelecida através das práticas de consumo evidencia o poder de exclusão que o mercado é capaz de exercer, implicando questões como pobreza, racismo e sexismo (Saren; Parsons; Goulding, 2019). Porém, ao deparar-se com isto, os consumidores podem utilizar a cultura de consumo como uma arena de luta e resistência, articulando os objetos e recursos do consumo cotidiano para tal (Slater, 1997; Cova; Dalli, 2008; Izberk-Bilgin, 2010).

O consumo é utilizado para comunicar gostos, aspirações, status etc. Assim como é um meio pelo qual se dá sentido ao mundo e oportuniza narrativas de empoderamento (Izberk-Bilgin, 2010), podendo se tornar a materialização de um desvio ou contradição ao sistema dominante (Muniz; Schau, 2005; Dalli, 2008; Goulding; Saren, 2009), resultando em uma agência que evidencia discursos políticos, contra exclusão e esmagamento das minorias (Polese; Seliverstova, 2020), sendo então, um meio imprescindível para a autoexpressão,

negociação sobre as desigualdades sociais e a sustentabilidade de suas relações (Izberk-Bilgin, 2010).

A resistência do consumo pode ser entendida como uma força de identidade coletiva em que os consumidores cooperam e desafiam padrões sociais, regras e tabus por meio de suas práticas e relações de consumo, criando estilos e formas de oposição genuínas (Cronin; McCarthy; Collins, 2014; Mikkonen; Bajde, 2013) voltadas para aspectos mais genéricos do marketing (Peñaloza; Price, 1993) ou recriando os significados de seu uso/consumo (Kozinets, 2002) para possibilitar às pessoas novas formas de serem quem são (Bernauer; Mahon, 2005; Goulding; Saren, 2009).

Essas novas formas (Cronin; McCarthy; Collins, 2014; Mikkonen; Bajde, 2013) correspondem a novas posições de sujeitos, na medida em que criam e reformam seus projetos de identidade a partir dos significados que as ideologias de mercado disseminam (Arnould; Thompson, 2005) por meio de discursos que são identificados criticamente como elementos disciplinares e moldadores da sociedade (Peñaloza; Price, 1993; Zanette, Brito, 2018).

Os consumidores utilizam discursos contrários como forma de resistir a essa disciplinarização (Izberk-Bilgin, 2010; Zanette, Brito, 2018) e essa resistência pode ocorrer a partir da justaposição de estratégias variadas (Zanette, Brito, 2018) de forma aberta e mais exposta (Lee et al., 2011) ou de forma menos explícita e sutil, mas sempre hábil (Ulver-Sneistrup; Askegaard; Kristensen, 2011; Zanette, Brito, 2018).

Se tratando da forma de resistência mais extrema e exposta, o anticonsumo é muitas vezes adotado (Lee et al., 2011), mas se tratando das microtáticas ou formas sutis de resistência, observamos que ela acontece dentro do próprio ato de consumo, na qual a forma de consumo é configurada pelos consumidores que decidem continuar consumindo, mas de forma opositora às imposições do mercado na medida em que questionam as relações de poder estabelecidas por ele (Cronin; McCarthy; Collins, 2014; Zanette, Brito, 2018; Sobande; Fearfull; Brownlie, 2019).

Aqui, a resistência ocorre a partir da apropriação dos recursos culturais, como linguagem, textos, músicas e imagens, como meio para negociação da ordem pré-estabelecida (Slater, 1997), ou seja, os consumidores tornam-se cocriadores criativos de estratégias de consumo (Izberk-Bilgin, 2010).

Entre as estratégias de resistência do consumo, citamos o comportamento de boicote (Kozinets; Handelman, 1998; Lee et al., 2011; Balderjahn et al., 2020), cinismo (Mikkonen; Moisander; Firat, 2011), movimentos antimercado (Kozinets, 2002), antimarcas e antiprodutos (Kozinets, 2004), ações ambientalistas (Dobscha; Ozanne, 2001; Kraemer,

Silveira, Rossi; 2012), utilização da tecnologia (Matich; Ashman; Parsons, 2020; Sobande; Fearfull; Brownlie, 2019) e do corpo (Bengtsson; Ostberg; Kjeldgaard, 2005; Gisbert; Rius-Ulldemolins, 2019).

Algumas subculturas são um bom exemplo da resistência do consumo (Kellner, 2011; Bengtsson; Ostberg; Kjeldgaard, 2005; Izberk-Bilgin, 2010) e cada vez mais produtos comuns que caracterizam essas subculturas passam a ser envolvidos em significados opostos ao mercado (Hebdige, 2012), como observamos na subcultura gótica que se apropria muito bem de artifícios do mercado (Kellner, 2011), como vestimentas (Deberry-Spence; Izberk-Bilgin, 2006), músicas (Kelley, 2002) e assim recriam sua própria cultura a partir das ofertas disponíveis (Kellner, 2011; Izberk-Bilgin, 2010).

Outra forma latente de resistência nas subculturas de consumo (Izberk-Bilgin, 2010) são as microtáticas (Ulver-Sneistrup; Askegaard; Kristensen, 2011; Zanette; Brito, 2018) que ocorrem internamente na cultura gamer (Orme, 2022). Como, por exemplo, quando as mulheres do meio passam a revidar aos ataques sofridos, o que pode ser visto como uma microtática de resistência.

É neste sentido que percebemos o quanto a indústria de entretenimento se torna um lugar de possibilidades de resistência do consumidor (Monaghan, 2021) que luta pela emancipação social (Kozinets, 2001) ao mesmo tempo em que se relaciona com os discursos dessa indústria (Kellner, 2011), exigindo mudanças e elaborando suas subjetividades (Coskuner-Balli, 2020).

Inseridas em uma sociedade culturalmente cercada por exclusões de pessoas com base em sua raça/etnia, classe e gênero, desperta-se a demanda de respeito e igualdade das mulheres que, durante muito tempo, têm e continuam lutando com legitimidade por seus direitos (Sills, 2016; Kelkar; Nathan, 2020).

As lutas a favor da igualdade de gênero representam processos sociais que acontecem a partir de negociações com as estruturas socioculturais já estabelecidas (Folbre, 2006; Souza; Selis, 2022), ou seja, a solicitação do direito à dignidade e a contestação das relações de gênero ocorrem a partir da resistência às formas de poder (Weiner-Levy, 2011; Bawa, 2012) que classificam as mulheres como pessoas de segunda categoria (Hernandez-Truyol, 2004; Diaz-Fernandez; Evans, 2019).

Esse processo de luta e resistência ocorre, pois os grupos que estão em posição favorável socialmente sempre utilizam sua força de poder para manter seu status social, legitimando e reforçando a ordem existente. Então, a resistência feminista evidencia a

obscuridade da ordem estabelecida e cria tensões entre as forças sociais na tentativa de alterar padrões sociais (Gisbert; Rius-Ulldemolins, 2019; Souza; Selis, 2022).

Portanto, se considerarmos a ordem como representativa do padrão convencional socialmente (Gisbert; Rius-Ulldemolins, 2019), a desordem representa a ranhura desse padrão (Modleski, 1979), logo, a desordem é sinônimo de resistência feminista (Levy, 2018).

As formas de resistência feminista são fluidas, podem ser expressas de diferentes modos (Weiner-Levy, 2011; Redden; Terry, 2012; Zanette, Brito, 2018) e através de diferentes posições (Thomas; Davies, 2005). Como, por exemplo, por meio dos corpos (Gisbert; Rius-Ulldemolins, 2019) e digitais (Matich; Ashman; Parsons, 2020), hábitos de lazer, objetos culturais (Levy, 2018) e aspectos tecnológicos, entre tantas outras formas de resistência existentes.

Os estudos feministas destacam que a situação econômica e política, assim como os fatores interseccionais, que são a integração de diferentes fatores que implicam motivações variadas para exclusão e opressão de uma única pessoa, de forma simultânea (Christoffersen, 2023; Mohammed, 2023; Strauss, 2023), como gênero, raça, religião, idade e até mesmo histórico médico, irão implicar e possibilitar formas específicas de resistência feminista (Redden; Terry, 2012; Souza; Selis, 2022). Em complemento, outros destacam a importância do corpo como ferramenta para resistência (Gisbert; Rius-Ulldemolins, 2019; Souza; Selis, 2022), já que a categorização sociocultural dos gêneros por muito tempo tem se baseado diretamente em suas características e formas corporais (Matich; Ashman; Parsons, 2020).

Essa categorização dos corpos, baseada em sua materialidade (Matich; Ashman; Parsons, 2020), leva-os à disciplinarização para favorecer as estruturas normativas (Zanette, Brito, 2018). Logo, a resistência é a agência dos corpos que cotidianamente buscam recuperar seu autocontrole (Redden; Terry, 2012).

A recuperação do controle sobre seus próprios corpos não é uma ação fácil, pois toda estrutura cultural, como já mencionado, é patriarcal (Matich; Ashman; Parsons, 2020; Souza; Selis, 2022) e gira em torno da cultura do estupro, que carrega aspectos como dominação dos corpos femininos, suas funções reprodutivas, assédio, sexualização e subordinação (Murray, 2018; Mozeley; Mcphillips, 2019).

A subordinação dos corpos femininos fez com que se estabelecessem lugares permitidos e não permitidos a eles, como no caso dos ambientes externos de lazer (Kates, 2002), e a insistência feminina na participação e presença nesses ambientes acaba também sendo vista como um afronte à ordem estabelecida socialmente, se tratando então de um ato

de resistência, uma arena de luta contra a exploração e opressão de gênero (Kates, 2002; Dawson, 1988).

Percebemos a relevância entre as relações de lazer e gênero que podem apontar para uma transformação revolucionária, na qual as lutas pelo lazer, diversão e tempo livre potencializam os movimentos de libertação de gênero (Dawson, 1988) e contradizem a cultura patriarcal, o sistema econômico neoliberal (Matich; Ashman; Parsons, 2020; Souza; Selis, 2022) e a inerência masculina na tecnologia (Murray, 2018; Harrison, 2021; Whitehouse, 2022), nos games ou outros objetos culturais tecnológicos (Levy, 2018).

A relação entre tecnologia e resistência surge a partir do fato de que a tecnologia e a inovação são culturalmente masculinas e, utilizando-se de um discurso de meritocracia, classifica as mulheres como fracas, subordinadas e menos capazes de usufruir e existir nesses lugares (Wajcman, 2004; Murray, 2018). Ultimamente, a tecnologia tem se tornado tanto um meio de reforço aos padrões misóginos e machistas (Charteris; Gregory, 2021), como também um ambiente que possibilita a articulação e movimentos de resistência feminista (Matich; Ashman; Parsons, 2020).

Logo, a presença de mulheres desde o desenvolvimento tecnológico, assim como em ambientes digitais, como redes sociais e jogos digitais (Sobande; Fearful; Brownlie, 2019; Harrison, 2021), representa uma desordem “natural” do mundo tecnológico (Levy, 2018), e como consequência dessa ação existe a luta para manutenção do status quo dos grupos dominantes (Gisbert; Rius-Ulldemolins, 2019) que passam a utilizar-se de estratégias como a toxidade para barrar ou evitar transformações políticas nesse meio (Cobb; Horek, 2018).

A participação on-line de mulheres surge então como uma força de resistência (Murray, 2018; Sobande; Fearful; Brownlie, 2019), utilizando a tecnologia a seu favor (Redden; Terry, 2012), buscando se inserir cada vez mais nesses espaços e recuperar os direitos de seus corpos, aqui, digitais (Matich; Ashman; Parsons, 2020).

## 2.2 ESFERA CONCEITUAL

Esta é a esfera conceitual que se distribui pelas próximas duas seções. Ela corresponde à apresentação dos conceitos de influência digital e prosumo.

### 2.2.1 Influenciadores digitais

A sociedade sempre se organizou diante da influência de uns indivíduos sobre outros a partir da forma como foram acontecendo as relações sociais e suas interações (Abidin, 2018; Roelens; Baecke; Benoit, 2016) e este comportamento continua crescendo, hoje impulsionado pelo desenvolvimento tecnológico e surgimento da web 2.0, trazendo transformações nas formas como as relações sociais se dão (Jorge, 2020; Childers; Lemon; Hoy, 2019), juntamente com as diferentes formas e meios de disseminação de conteúdos (Childers; Lemon; Hoy, 2019).

Este cenário propiciou a descentralização do poder de criação de conteúdo, dando essa possibilidade também aos próprios consumidores (Paiva; Garcia; Alcântara, 2017; Sudha; Sheena, 2017), que também tiveram mais acesso a informações e se tornaram mais exigentes (Uzunoğlu; Kip, 2014), assim como novas formas de ativismos (Castells, 2005) e influências (Childers; Lemon; Hoy, 2019; Solis; 2016).

Essas novas formas de influências implicaram diretamente na construção de novas celebridades que agora são construídas de pelo menos duas formas (Jorge, 2020). A primeira delas é construída através do endossamento midiático tradicional, pelas formas convencionais de exposição ao público (Marwick, 2016). E a segunda segue uma lógica oposta à indústria de entretenimento, nessa as pessoas criam sua fama, ganham visibilidade e se tornam microcelebridades (Senft, 2013).

A palavra influenciador tem sido empregada no âmbito empresarial e nos estudos de negócio para se referir a formas de publicidade que são capazes de exercer influência sobre seus clientes. Agora, o significado do termo sofreu alterações para se referir a usuários das mídias sociais que são de níveis superiores aos usuários comuns, se destacam e constroem sua fama na internet, e o meio on-line se torna seu ambiente de trabalho (Abidin, 2018).

Definimos os influenciadores digitais como usuários que conquistam a aceitação de seus seguidores, incitam debates e evidenciam pautas para discussão (Delbaere; Michael; Phillips, 2020; Karhawi, 2017). O fenômeno da influência digital passou a permear as estruturas sociais, apoiado na grande aceitação dessas pessoas como celebridades de internet e no apoio à sua fama e própria marca (Abidin, 2018).

Os influenciadores digitais ocupam uma posição de referência nas mídias sociais, possuem grande credibilidade e, com isso, influenciam diretamente as opiniões de seus seguidores (Childers; Lemon; Hoy, 2019; Roelens et al., 2016; Uzunoğlu; Kip, 2014).

Essas pessoas são tidas como líderes de opinião (Uzunoğlu; Kip, 2014), que criam diálogos entre seus valores, suas estratégias e suas competências (Katz, 1957) que vão indicar quais assuntos esses influenciadores vão tender a tratar, o nível e profundidade que vão aplicar aos conteúdos que serão publicados em suas redes (Uzunoğlu; Kip, 2014).

O conteúdo dos influenciadores faz deles estrelas na internet, eles atraem e mantêm seus seguidores por meio de conteúdos personalizados, autênticos e atraentes (Abidin, 2018). Na maioria das vezes, esses conteúdos transitam por diversas mídias digitais e coexistem em várias plataformas, assim como em diferentes perfis (Jorge, 2020; Abidin, 2018).

Os influenciadores digitais colecionam seguidores em suas redes sociais (Delbaere et al., 2020; Cotter, 2019; Duffy, 2017; Abidin, 2016), sua capacidade de influência é ditada pela quantidade de seguidores que colecionam (Abidin, 2018; Sudha; Sheena, 2017) e criam conteúdos como textos em blogs, fotos no Instagram ou vídeos no YouTube (Karhawi, 2017) ou na *Twitch*, que é uma plataforma voltada para o streaming de vídeo. E assim revertem o engajamento em seus perfis em capital financeiro por meio de parcerias com marcas, incentivos e negociação (Abidin, 2018).

A relação dos influenciadores com seus seguidores se baseia na confiança, na criação de conteúdos verídicos e de opinião própria dos influenciadores, apresentando de forma ilusória certa proximidade ou até amizade com esses seguidores (Delbaere et al., 2020). E para a manutenção dessa relação, é preciso que o influenciador mantenha uma continuidade de produção de conteúdo (Karhawi, 2017), e o que diferencia o influenciador dos usuários é que essa produção passa a ser monetizada (Karhawi, 2021).

A desenvoltura dos influenciadores se baseia na autenticidade que gira em torno da vontade de se fazer visualizado pelo outro. Vendo isto, as marcas tendem a criar parcerias com essas pessoas (Childers; Lemon; Hoy, 2019), buscando gerar cada vez mais engajamento com seus consumidores (Eigenraam et al., 2018, Voorveld, 2019). Os influenciadores passam então a buscar seus objetivos da mesma forma que um avatar em um jogo, que segue regras, cria estratégias, se articula e desenvolve meios que sejam capazes de lhes trazer cada vez mais visibilidade (Cotter, 2019).

No caso dos influenciadores digitais de jogos, alguns decidem realizar lives, executando seu papel de *streamer gamer* em seus canais ou páginas nas mídias sociais. Isto acontece a princípio por uma busca por prazer e, junto a isto, uma esfera mercadológica surge imbricada neste movimento. Os *streamers gamers* utilizam-se das inúmeras possibilidades tecnológicas e disseminam sua atividade nas plataformas de streaming de vídeo em lives

como *Twitch*, *YouTube* e *Facebook*, onde os usuários consomem o que desejam na hora e lugar que desejam.

O consumo de jogos e dos canais de *streamers gamers* está cada vez mais fazendo daqueles desse meio pessoas famosas, bem-sucedidas e com uma carreira se estabelecendo devido aos longos períodos dedicados à atividade criativa dos jogos, que agora são vistos como um ofício (Brock; Johnson, 2022). Isto indica uma mudança no que diz respeito à ideia de que o consumo de jogos estava apenas atrelado a aspectos de prazer e diversão (Orme, 2022).

A ascensão das lives de jogos trouxe ainda novas possibilidades de interações sociais, apresentando uma quebra no padrão esperado nos meios tradicionais de comunicação (Hilvert-Bruce; 2018). Para aqueles que criam esses conteúdos, a autenticidade, disciplina e a divulgação são fatores-chave para o alcance do sucesso e estabelecimento da carreira como *streamer gamer*.

### **2.2.2 Prossumo**

O ato de consumir corresponde a uma forma de expressar o gosto, status, aspirações e até mesmo reivindicações. Estas expressões variam desde objetos de decoração até a criação de estratégias de resistência ao consumo (Izberk-Bilgin, 2010). Dessa forma, o consumidor sempre é ativo em alguma instância (Meijer, 1998), pois produz ao mesmo tempo em que consome, sendo então chamados de prossumidores (Currah, 2003; Ritzer, 2014; Ritzer; Jurgenson, 2010; Zwick; Bonsu; Darmody, 2008).

Atrelado às formas de consumo produtivo, que se voltam precisamente para as atividades da cadeia de produção (Hartmann, 2016), o termo prossumidor se origina na palavra inglesa *prosumer*, que deriva da junção das palavras produtor (*producer*) e consumidor (*consumer*) (Toffler, 1980). E foi apropriada por Ritzer e Jurgenson (2010) para evidenciar uma ruptura na lógica capitalista, que agora se configura como um capitalismo prossumidor. Além de representar uma indistinção do binarismo produzir e consumir, a palavra *prossumo* evoca a fusão daquilo que é físico/digital e mainstream/alternativo (Eden, 2015; Zhang, 2017).

O prossumidor tem sido estudado por diferentes autores dentro da perspectiva da Teoria da Cultura do Consumo (*Consumer Culture Theory*) (Ritzer; Miles, 2019; Zajc, 2015; Cova; Cova, 2012; Arnould; Thompson, 2005). E estes estudos evidenciam que a prática prossumerista não é novidade (Jenkins, 2013), porém o cenário social, tecnológico e político

atual fez com que essa prática atingisse novas proporções e resultasse numa maior atividade do consumidor (Roberts; Cremin, 2019).

Dentro dessa lógica, o consumidor torna-se um ator, construtor de sua própria experiência de consumo, de forma comunicativa através do exercício da criatividade (Ritzer; Miles, 2019; Cova; Maclaran; Bradshaw, 2013). Isto pode ser entendido como uma ação fortalecedora dos meios produtivos e do sistema capitalista econômico (Ritzer; Miles, 2019; Zajc, 2015) e pode representar a descentralização do poder de produção e liberdade do consumidor (Jenkins, 2013), como ser pauta para o desenvolvimento de estudos críticos sociais (Arnould; Thompson, 2005).

A atividade prosumerista se dá a partir da necessidade identificada pelo consumidor como uma falta, algo que a indústria não foi capaz de suprir, fazendo com que os consumidores sejam motivados a criarem e complementarem conteúdos de forma autoral (Jenkins, 2013) e disponibilizá-los para o consumo de outras pessoas que também desejam fazê-lo (Nagel; Cronin Jr.; Utecht, 2018; Frechette; Kaikati; Singh, 2020).

Entre as motivações mais específicas para a ocorrência da prosumação estão: a falta de qualidade de objetos da indústria; benefícios econômicos; ausência ou inexistência de um produto no mercado. Todos esses fatores são articulados diante do desempenho emocional de produção de melhorias de vida, controle da vida, melhoria de habilidades, entusiasmo e diversão (Wolf; Mcquitty, 2013).

No início, as atividades de prosumo eram mais reconhecidas no que tange aos trabalhos que eram executados por consumidores quando, na verdade, caberia a funcionários contratados de um restaurante ou supermercado, por exemplo, como as ações de limpeza de mesas, descarte de resíduos, self-service (Eden, 2015; Ritzer, 2017) e caixas eletrônicas pelo autoatendimento (Ritzer, 2017). O termo McDonaldização, trabalhado por Ritzer (2017; 2004), retrata justamente esse comportamento, evidenciando que cada vez mais os consumidores estão substituindo os trabalhadores assalariados e nos levando à “era do prosumidor”.

Com a popularização da web 2.0, novas formas de prosumo foram sendo desenvolvidas (Ritzer; Miles, 2019; Thompson, 2019; Daros, 2022) e foram surgindo termos como eBuytização (Ahuvia; Izberk-Bilgin, 2011) e até uberização (Franco; Ferraz, 2019), onde os consumidores transitam pelos papéis de consumo e produção, vezes usufruindo de todo potencial de liberdade que o prosumo pode proporcionar, como também evidenciando os abusos e explorações mercadológicas que surgem como implicações desses comportamentos (Ahuvia; Izberk-Bilgin, 2011; Franco; Ferraz, 2019; Daros, 2022).

Portanto, a grande disponibilidade de informações e capacidade de criação editável possibilitada pelas novas tecnologias impulsionam a lógica “DIY” (*Do It Yourself*) ou “Faça você mesmo” através de vídeos e tutoriais nas mídias digitais, como *YouTube* ou *TikTok* (Nagel; Cronin Jr.; Utecht, 2018). Na internet, os prossumidores passam a criar produtos de consumo, conteúdos audiovisuais, músicas, livros etc. de forma gratuita ou pagos por avaliações ou anúncios, desafiando as formas de consumo existentes, construindo novos significados e formas de valorização (Eden, 2015; Zajc, 2015; Chen, 2021).

Notamos então que a experiência do consumidor gira em torno de significados simbólicos, consumo alternativo, atividades de lazer, hedonismo, criatividade e emoções (Holbrook; Hirschman, 1982; Frechette; Kaikati; Singh, 2020). A atividade de criação de conteúdo gamer se insere dentro dessa cultura de participação e co-criação de conteúdo a partir de objetos midiáticos (Jenkins, 2013). Esta atividade acontece a partir da interação mais aprofundada dos consumidores com as mídias de suas preferências, tornando-os um membro produtor. O consumidor de jogos, por exemplo, que passa a realizar lives e torna-se um streamer de vídeo durante seu consumo, torna-se autor da informação, pode ser entendido como um prossumidor.

O prossumidor, nos jogos, vive o “círculo mágico” que expande o mundo físico, se entrelaça ao mundo virtual e assim tornam-se um só mundo transitório lúdico e palpável, cheio de sistemas de prosumo imersivos e participativos que possibilitam diversão e entretenimento ao longo da “jornada de suas vidas”. Visto por muitos como atividade inútil e infantil, os jogadores e *streamers*, a partir da lógica prossumerista, representam uma atividade produtiva e valiosa. Aqui, a brincadeira (consumo) dá origem à produtividade, e a produtividade dá origem a outras brincadeiras (consumo de jogos ou de lives) (Dymek, 2018).

Entre a recriação de itens, textos e formas, os prossumidores na internet também podem reinventar suas próprias identidades e performar suas diversas subjetividades a partir da criação de um novo eu, de outro gênero e personalidade (Eden, 2015; Daros, 2022), assim como têm a possibilidade criativa de resistência às formas sociais opressivas (Izberk-Bilgin, 2010; Zhang, 2017).

## 2.3 ESFERA TEÓRICA

A terceira esfera, teórica, volta-se para a teoria feminista, contemplando a seção das ondas feministas; corpo ciborgue e, por fim, apresentando a teoria da performatividade de gênero.

### 2.3.1 Feminismo e suas ondas

Feminismo é um termo genericamente aplicado a um conjunto de fenômenos culturais que se relacionam diretamente aos processos de diminuição de mulheres que estão sob uma estrutura de status quo patriarcal. Esse termo foi utilizado por um filósofo utópico e socialista radical chamado Charles Fourier (1772-1837), para se referir à organização ativista que apoiava o sufrágio feminino, em 1837 (Malinowska, 2020).

O feminismo se configura a partir de diferentes teorias, escolas filosóficas e crenças morais (Malinowska, 2020; Policastro, 2016). Se tratando de um quadro teórico amplo e diverso que abrange múltiplas perspectivas (Policastro, 2016), o feminismo engloba cinco escolas de pensamento principais, que são o feminismo liberal, feminismo marxista, feminismo socialista, feminismo radical e pós-feminismo moderno (Spencer-Wood, 2017; Biroli, 2016; Policastro, 2016). Cada uma dessas escolas lida com a desigualdade de gênero de formas diferentes, porém é importante ressaltar que as diversas formas de feminismo nem sempre são particulares a uma ou outra escola, mas sim podem transitar e combinar as perspectivas teóricas entre si (Policastro, 2016).

Em meio a tantos caminhos intelectuais e ativistas, o Feminismo tem como premissa básica a união de ideais que buscam acabar com a privação de liberdade feminina, influenciando diretamente sobre aspectos socioeconômicos e nos tecidos político-culturais. Na busca pela abolição das desigualdades de gênero que incidem sobre as mulheres na sociedade, foram desenhados movimentos sociais que são didaticamente organizados, por alguns autores, em 4 ondas, com ações e perspectivas filosóficas diversas (Malinowska, 2020).

A metáfora das ondas do feminismo é por vezes validada e por outras criticada por estudiosas do tema (Block, 2010). Considerando que existe certa inconsistência no que diz respeito a suas datas e organização temporal, propomos aqui uma cronologia que destaca acontecimentos localizados em diferentes datas e lugares. É importante destacar ainda que essa divisão se baseia no pensamento ocidental, mainstream e hegemônico, e que muitas mulheres que vivem em momentos e em “mundos” diferentes dos localizáveis nessas Ondas

foram apagadas no processo. Assim como o termo onda não está aqui sendo aplicado no sentido de algo efêmero, mas de um conjunto de acontecimentos, em determinado recorte temporal, que caracteriza as lutas feministas. Logo, acreditamos que, ao nível de explanação geral do fenômeno, esta metáfora será capaz de organizar e nortear nosso entendimento sobre o tema, destacando que o movimento feminista tem sido um fenômeno de extrema importância social.

### 2.3.1.1 Primeira onda feminista

Desafiando os limites impostos às mulheres pela sociedade patriarcal (Cerqueira, 2020; Danaher; Crawshaw, 2019) por meio de campanhas que buscavam chamar atenção para problemas como a desigualdade entre os gêneros com relação aos direitos de trabalho, educação, reprodução, estado civil, agência social e propriedade e subordinação religiosa (Malinowska, 2020; Sharlach, 2009) o que alimentava ainda mais a desigualdade de gênero (Garcia, 2018), surge à primeira onda feminista, que é considerada marco inicial localizável das primeiras Feministas (Danaher; Crawshaw, 2019) e de todo o ativismo feminista que se disseminou pela Europa, América do Norte, Egito, Irã e Índia, tendo mais destaque nos Estados Unidos e na Europa Ocidental (Malinowska, 2020).

Anteriormente a essa onda, devemos destacar que a primeira obra feminista que claramente evidencia a demanda das mulheres por igualdade de gênero foi intitulada “Sobre a igualdade entre os sexos”, escrita por François Poullain de La Barre em 1673 (Garcia, 2018).

Com base em nossos estudos, consideraremos o período correspondente à primeira onda feminista a partir do final do século XVIII e que se estenderá até o século XX. Essa onda surge na França, em meio aos movimentos revolucionários políticos que mais tarde destruiriam o Absolutismo e iriam estabelecer a Democracia.

Embora o pensamento filosófico da época seja caracterizado por muitos traços de misoginia compartilhados pela maioria dos intelectuais que encabeçaram a Revolução Francesa e sendo reafirmado pela proclamação da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, documento que ilustrava um projeto que defendia que todos os homens nasciam livres e possuíam direitos iguais, no qual era reproduzido todo pensamento patriarcal que é embasado na exclusão feminina, o ideal de liberdade trazido pelos revolucionários acabou propiciando a organização de mulheres da época, que passaram a se questionar sobre seu papel social (Garcia, 2018).

Indignada com a publicação desse documento, Mary Wollstonecraft escreveu “A reivindicação dos direitos da mulher”, no qual contestava a marginalização das mulheres pela declaração. A autora foi apoiada pelos filósofos iluministas Tom Paine, William Blake, Edmund Burke, Jean-Jacques Rousseau e Voltaire, que levaram as ideias discutidas no seu texto para os mais importantes círculos intelectuais da França e Reino Unido (Garcia, 2018).

Durante a Revolução Francesa, as mulheres se colocaram em posição de destaque em duas vias. A primeira com a camada popular e massiva de mulheres que estavam na frente de batalha e a segunda formada por um grupo de burguesas intelectuais que participavam ativamente por meio de pronunciamentos nas Assembleias Constituintes (Garcia, 2018) e publicavam jornais voltados para a luta feminista (Cerqueira, 2020; Garcia, 2018).

Destacamos aqui outro aspecto central da primeira onda feminista, o sufrágio feminino, o qual diz respeito ao direito ao voto para as mulheres, dando origem à famosa “Aliança Internacional pelo Sufrágio Feminino” em 1904 (Malinowska, 2020). Em meio a este movimento, lembramos a tragédia envolvendo Emily Davison, na Grã-Bretanha, feminista entusiasta do sufrágio, que perdeu a vida ao entrar na pista de corrida de cavalos do evento *Epsom Derby*, com um cartaz referente ao movimento, em 4 de junho de 1913 (Malinowska, 2020).

As primeiras feministas, as sufragistas, lutaram não apenas por si mesmas, mas também pela melhoria conjunta e social, e usavam em seus discursos apelos às crenças sociais mais básicas, como o fato de serem mães e assim serem as responsáveis pelo nascimento de todas as pessoas, significando, então, o sufrágio como uma espécie de recompensa por dedicarem suas vidas aos seus esposos e filhos, ou seja, sua lealdade e dedicação às tarefas familiares eram usadas para demonstrar seu merecimento ao ato de votação (Danaher; Crawshaw, 2019).

Elencamos como principais pensadoras da primeira onda feminista, inspiradas pelas ideias iluministas enquanto movimento filosófico, Mary Wollstonecraft (1759-1797) e Olympe de Gouges (1748-1793). Mary Wollstonecraft foi autora de muitas obras e sermões na época, sendo sua principal obra “A reivindicação dos direitos da mulher” (1790), que serviu de base para o feminismo moderno, defendendo a educação como fonte do progresso feminista no que se refere a seu status social, político e econômico, contendo nesta obra uma de suas passagens mais polêmicas, onde a autora defende que o casamento torna a mulher uma prostituta legalmente, pois muitas mulheres tornam-se servidoras sexuais de seus maridos. Wollstonecraft segue uma perspectiva radicalmente moderna, pois ela contraria a

ideia de que o gênero é tido naturalmente, mas sim é fruto de uma construção social (Garcia, 2018).

Já Olympe de Gouges foi dramaturga e autora da famosa “Declaração dos Direitos das Mulheres e das Cidadãs” (1791), dedicada à rainha Maria Antonieta, pois defendia que, assim como todas as outras mulheres, sofriam com a opressão da desigualdade de gênero. Gouges acabou sendo guilhotinada na mesma tarde que Maria Antonieta por ser considerada, pelos revolucionários franceses, uma mulher com ideais modernos demais (Garcia, 2018).

Com inspirações vindas do movimento anarquista, ressaltamos Emma Goldman (1869-1940), cujo feminismo se alinhava com as ideias dos anos 70, pois acreditava que a opressão às mulheres era advinda de questões sexuais. Em concordância com isto, em 1915, Goldman foi a primeira pessoa nos Estados Unidos a explicar publicamente como se utilizava um anticonceptivo e acabou sendo presa por isto. A imprensa da época expôs o acontecimento escrevendo: “Goldman foi enviada à prisão por defender que as mulheres nem sempre devem manter a boca fechada e seu útero aberto” (Garcia, 2018).

É importante também salientar a pensadora Sojourner Truth (1797-1883), que foi escrava e, por esse motivo, não aprendeu a ler e nem a escrever, mesmo depois de ser libertada. Truth foi a primeira negra a assistir à Primeira Convenção Nacional dos Direitos das Mulheres em 1850. Em 1851, pronunciou seu emblemático discurso “Não sou uma mulher”, no *Ohio Women's*, na Convenção de Direitos em Akron, evidenciando a marginalização de mulheres negras pelo movimento feminista da época (Malinowska, 2020; Garcia, 2018).

Por outro lado, observamos um grupo de pensadoras desta onda que evidencia já certa influência marxista em seus trabalhos, como Flora Tristan (1803-1844) e Alexandra Kollontai (1872-1952). Tristan defendia que o progresso feminista estava diretamente ligado ao progresso da classe trabalhadora. Formulou e escreveu planos precursores para as lutas da classe operária. Dentre suas várias publicações, destacamos aqui sua obra “União operária” (1843), que simboliza sua maturidade intelectual e política. Esta obra se volta para a construção de uma unidade de classe operária organizada (Garcia, 2018).

Quanto a Kollontai, a pensadora utilizava de seu trabalho como escritora e propagandista para levantar discussões sobre a libertação das mulheres juntamente com a classe operária e seus pensamentos se aproximavam do Feminismo Radical dos anos 70 (Garcia, 2018).

Academicamente, essa onda segue uma linha feminista liberal (Policastro, 2016), que defende que as mulheres têm sua participação pública restringida unicamente pela imposição dos papéis sociais discriminados com base na desigualdade de gênero (Policastro, 2016), o

qual ainda revela que as exclusões de gênero coexistem com a democracia liberal de igualdade (Benedictis; Orgad; Rottenberg, 2014). Porém, o feminismo liberal traz as questões feministas sob a ótica de que as mulheres constituem uma homogênea e ampla categoria (Korteweg; Yurdakul, 2020).

Devemos destacar que essa homogeneidade que imperou durante a primeira onda feminista tendeu a criar formas de exclusão das mulheres negras, embora Sojourner Truth tenha lutado contra o racismo em meio às pautas feministas (Malinowska, 2020).

### 2.3.1.2 Segunda onda feminista

Localizamos temporalmente a segunda Onda, por meio de nossas pesquisas, entre os anos de 1950, estendendo-se até o final dos anos 1980. Esta onda surge para dar resposta aos problemas que a revolução industrial e o capitalismo estavam causando (Garcia, 2018). A luta durante essa onda girou em torno do igualitarismo entre os sexos baseado na emancipação feminina no que diz respeito à jurisdição e economia (Danaher; Crawshaw, 2019; Garcia, 2018) diante das estruturas sociais e midiáticas (Cerqueira, 2020; Malinowska, 2020).

A sociedade do consumo se construía e seguia em direção às mulheres (Garcia, 2018), impulsionada por estratégias midiáticas televisivas (Malinowska, 2020) que buscavam atingir perfeitas donas de casa para se tornarem consumidoras de eletrodomésticos, na medida em que alimentava a domesticidade feminina obrigatória (Garcia, 2018). Além disso, a televisão correspondia a um ambiente dominado pela presença masculina e reproduzia padrões que marginalizavam as mulheres e as impediam de assumir cargos de liderança e autoridade (Malinowska, 2020).

Por esses motivos, a televisão passou a ser alvo da mobilização da segunda onda que buscava tornar presente a imagem e o trabalho de mulheres no veículo, pois isso serviria para que houvesse uma reestruturação dos padrões de empregabilidade e modelos de representação feminina (Malinowska, 2020).

Diante da subjugação da mulher pelas estruturas midiáticas, foram usadas estratégias de reapropriação da mídia, sob a qual foi introduzido um discurso alternativo que consequentemente promovesse uma mudança estrutural na sociedade (Cerqueira, 2020), e com isso a divulgação de políticas e questões ideológicas disseminadas de forma independente por meio de materiais feministas (Cerqueira, 2020; Baines, 2012).

Percebemos que a teoria feminista de segunda onda atacava os discursos dominantes que defendiam que os papéis sociais eram biologicamente determinados com base no sexo,

assim como se atacava também outros tipos de expressão feminista que fossem realizadas por pessoas que não fossem biologicamente mulheres (Spencer-Wood, 2017). Neste sentido, destacaram-se os conceitos de “mística feminina” (1963) de Betty Freidan, “o olhar masculino” (1975) de Laura Mulvey e “o feminismo” (1983) de Alice Walker (Malinowska, 2020).

Influenciadas principalmente pela filosofia marxista, a qual defendia que a subjugação das mulheres advinha do sistema capitalista, e levantavam questões como desigualdade salarial, uso de mulheres como força produtiva reserva, permanência em emprego, educação, creches e tarefas domésticas (Spencer-Wood, 2017), podemos destacar como principais autoras dessa onda, Simone de Beauvoir (1908-1986) e Betty Friedan (1921-2006).

Simone de Beauvoir foi uma romancista, filósofa, intelectual (Duchen, 1986), autora da obra que marca o início da segunda onda, “O segundo sexo” (1949), na qual expunha que os ideais e valores masculinos são postos em centralidade social (Spencer-Wood, 2017), o que é chamado de androcentrismo, no qual os homens são os criadores da cultura (GARCIA, 2018) e as mulheres são caracterizadas historicamente como desviantes dos valores e inferiores aos homens (Spencer-Wood, 2017). Embora Beauvoir não utilize o termo “gênero” (Garcia, 2018), a autora defende que as pessoas são criadas a partir da estrutura social, neste sentido, surge seu mais famoso argumento de que “não se nasce mulher, mas torna-se uma”, ou seja, a civilização produz a mulher (Spencer-Wood, 2017).

Outra impactante obra da segunda onda é “A mística feminina” (1963) de Betty Friedan, na qual é exposto o descontentamento das mulheres com suas vidas devido à “mística feminina” que diz respeito à busca pela autorrealização das mulheres de forma padrão por meio da execução do que era determinado às mulheres como casamento, cuidado com a família e do lar (Garcia, 2018). Já em sua obra “O segundo Estágio” (1981), Friedan se diz contrária aos argumentos que se referiam à facilidade que as mulheres teriam de conciliar seus trabalhos de donas de casa com um trabalho assalariado. A autora se volta para esse argumento, dizendo que seria impossível a mulher servir a dois senhores, que seriam sua própria família e depois a um chefe por um vínculo empregatício (Spencer-Wood, 2017).

Por meio de outra perspectiva, observamos o feminismo radical, que foi uma segunda linha de pensamento e produção acadêmica que imperou durante a segunda onda, em oposição à perspectiva do feminismo marxista. O feminismo radical considera o patriarcado como causador da desigualdade de gênero e se volta para a dominação do homem sobre as

mulheres no que diz respeito à condição reprodutiva e à violência masculina (Policastro, 2016).

Enquanto pensadoras fundamentais do feminismo radical, salientamos Shulamith Firestone (1945-2012) com sua obra “A Dialética do Sexo” (1970) e Kate Millet (1934-2017) com “Política Sexual” (1971) (Garcia, 2018). Ambas discutem as causas da marginalização e opressão das mulheres, se opondo ao discurso de determinismo biológico que indicaria que as mulheres são submissas por causas de ordem natural. Evidenciavam a objetificação e sexualização da mulher nos meios midiáticos (Spencer-Wood, 2017; Guizzo; Di Michele; Cadinu, 2024; Carlsson; Kataria; Lampi, 2024; Szymanski et al., 2024), envolvendo pornografia e prostituição, criticavam a facilidade de execução de violência contra as mulheres e eram favoráveis à eliminação do casamento, chamando atenção para crimes como estupro marital, violência doméstica e sexual e assédio (Spencer-Wood, 2017).

Incluindo-se entre as feministas marxistas e radicais, evidenciamos as feministas socialistas que defendem que tanto a divergência de classe quanto de gênero são as raízes da marginalização feminina. Esta linha teórica liga o capitalismo ao patriarcado, neste sentido as feministas socialistas lutam pela destruição do capitalismo e da sociedade patriarcal (Policastro, 2016). Destacamos aqui uma de suas principais autoras, Sheila Rowbotham (1943), historiadora, militante e socialista, autora juntamente com outras coautoras da obra “Além dos Fragmentos” (1979), que discute a discriminação de mulheres militantes, mesmo que de forma sutil, dentro de organizações esquerdistas (Sorj, 1998).

Com ideias baseadas na psicanálise, temos Julia Kristeva (1941), que traz em suas obras discussões que giram em torno da sexualidade das mulheres (Gambaudo, 2013), assim como aspectos que indicam a sacralização das mulheres e seus comportamentos político-sociais. Kristeva é uma filósofa crítica, pesquisadora de questões que envolvem a linguística e a semiótica, autora das obras “Poderes do horror: um ensaio sobre a abjeção” (1984) e “O feminismo e o sagrado” (2001) com coautoria.

Devemos ressaltar que a segunda onda feminista ficou conhecida como movimento favorável apenas às mulheres brancas e de classe média, sendo então marginalizadas mulheres negras e minorias sexuais (Danaher; Crawshaw, 2019), o que ocasionou uma transformação na onda seguinte que passou a englobar a diversidade de mulheres existentes (Renegar, 2009).

### 2.3.1.3 Terceira onda feminista

Consideramos aqui que esta onda teve início durante a década de 1990 (Bickford, 2020; Richards, 2009), estendendo-se até os dias atuais. A terceira onda feminista inicia com a presença de mulheres e homens nos Estados Unidos que se identificam como feministas, chamando atenção para o fato de a segunda onda ter sido um movimento branco, heterossexual e uma forma de privação da participação de outras mulheres que não se encontravam sob um status de execução de poder (Richards, 2009).

A terceira onda vem atualizar os direitos das mulheres e expandir os objetivos do feminismo. Neste sentido, percebemos que a terceira onda acaba sendo caracterizada como um aglutinado de reivindicações e questões que não eram priorizadas no feminismo anteriormente, de maneira que passa a existir uma interconexão de opressões que não se limitam apenas à agenda de reivindicação de igualdade entre homens e mulheres. O feminismo de terceira onda vai além disso e possui características intrínsecas. A primeira delas é que as mulheres passam a experimentar o feminismo sem que necessariamente se intitulem como feministas (Renegar, 2009), e os homens, agora incluídos no movimento, para reconhecer seu status privilegiado, inseguranças e corpos (Richards, 2009).

Essa onda, tendo surgido em meio ao advento da internet, num momento em que as formas de comunicação, tecnologia e mídia se reconfiguravam, se apropriou desses benefícios e apontou para as oportunidades de participação feminina, novas representações e novas consciências e estilos ativistas (Malinowska, 2020; Alfonso; Trigilio, 1997). Em 1991, surge então o ciberfeminismo, que dava voz a um discurso feminista e digital (Malinowska, 2020; Hawthorne; Klein, 1999).

Como ações que demarcaram esta onda, destacamos a III Conferência das Nações Unidas sobre Mulheres, que aconteceu em 1995, na qual lideranças feministas e defensores dos direitos das mulheres se reuniram. Assim como evidenciamos a importância da “Tenda da Juventude”, que acabou impactando positivamente na Conferência, se tratando de uma plataforma para “meninas”, criando a possibilidade de união e conexão entre mulheres de todos os lugares do mundo, se tornando um local de ativismo e apoio a questões de pessoas com deficiência e transgêneros (Richards, 2009).

No meio midiático, o feminismo passou a ser representado por movimentos como “Riot Grrrl” e a “Guerrilha Garotas” (Malinowska, 2020), que, através da internet, foi capaz de se popularizar em um nível global e recriar a mídia para jovens feministas que se

inspiravam e compartilhavam do movimento feminista no rock e no punk, ilustrado pelas músicas de Bikini Kill, Le Tigre e Ani DiFranco (Richards, 2009).

A representação midiática das mulheres é aqui posta em discussão e passa a ser reinterpretada, por parte das feministas, como opressora e, por outra parte, como dotada de liberdade de expressão. Com isso, questões como a objetificação dos corpos femininos são postas em xeque e podem ser entendidas como uma representação que, ao mesmo tempo, objetifica e fortalece a liberdade feminina (Renegar, 2009).

Voltando-nos para a academia, por se tratar de um campo constituído de teorias de identidade modernas e pós-estruturalistas, a terceira onda feminista se apresenta em meio a contradições teóricas (Renegar, 2009; Dicker; Piepmeier, 2003), o que acaba resultando na ausência de uma definição objetiva do que seria essa onda (Sowards; Renegar, 2006; Renegar; Sowards, 2003).

Toda essa ambiguidade de definição acaba permitindo que os indivíduos passem a desafiar antigos padrões e interpretações concorrentes, ressignifiquem e experimentem uma diversidade de identidades. Em consonância com isto, observamos uma relutância por parte das feministas dessa onda que se recusam a se enquadrar dentro de um estereótipo, optando por uma linguagem anti-ortodoxa que resiste aos padrões normativos de identificação de suas identidades (Renegar, 2009).

As contradições existentes na terceira onda são usadas de propósito e de maneira consciente por parte das autoras feministas como ato de irem ao encontro das ideologias dominantes, desafiando, resistindo e incorporando múltiplas identidades. Assim, as contradições são atraentes, na medida em que explicam uma complexidade em vários níveis, resultando em conjuntos de argumentos igualmente capazes de incitar convencimento, mesmo que sejam concorrentes, permitindo opções diferentes daquelas comumente aceitas e geralmente dicotômicas (Renegar, 2009).

Como principais nomes dessa onda, elencamos, com uma perspectiva mais voltada para o marxismo, Angela Davis (1944) e Bell Hooks (1952). Angela Davis é uma pesquisadora, professora, filósofa, ativista e autora das obras “Mulheres, Raça e Classe” (1981) e “O Legado do Blues e o Feminismo Negro” (1998). Sua contribuição no feminismo, por meio de suas obras, discute questões relacionadas às formas de opressão existentes na sociedade, refletindo sobre a desumanização da mulher negra (Gordon, 1999). Quanto à Bell Hooks, é uma autora de estudos feministas multiculturais e transnacionais, nos quais discorre seus ideais feministas a partir da investigação de questões raciais, étnicas, de classe e sexuais, na medida em que se relacionam com política, cultura e economia em nível global (Valdivia,

2002). É autora das obras “Não serei eu mulher? - As mulheres negras e o feminismo” (1981) e “Teoria Feminista - Da Margem ao Centro” (1984).

Ainda com um olhar mais próximo e influenciado pela filosofia pós-estruturalista, temos Judith Butler (1956). Ela é filósofa, professora e pesquisadora do feminismo, autora dos trabalhos “Atos performáticos e a formação dos gêneros: um ensaio sobre fenomenologia e teoria feminista” (1988) e “Problemas de Gênero” (1990). Butler, a partir de suas obras, coloca em xeque todo essencialismo identitário por meio de uma sequência de argumentos filosóficos no que diz respeito a sexo, desejo e gênero (Hollanda, 2019).

#### 2.3.1.4 Quarta onda feminista e o ciberfeminismo

É importante mencionarmos o surgimento de uma quarta onda (Malinowska, 2020) que está diretamente ligada aos movimentos ativistas impulsionados pela web 2.0, na qual a mobilização em plataformas on-line e campanhas como (Cochrane, 2013), Everyday Sexism Project, Feministing, Counting Dead Mulheres Project, #Fem2, #YesAllWomen, #HeForShe, #ToTheGirls, #EverydaySexism, e mais recentemente, #MeToo, #NoMore e #TimesUp, (Malinowska, 2020).

Alinhada a uma visão materialista e radical do feminismo, que entende o gênero e a sexualidade como sistemas políticos usados para oprimir mulheres, especificamente mulheres lésbicas, Audre Lorde (1934–1992) foi uma escritora, poeta e ativista feminista que teve como foco em sua obra a interseccionalidade, explorando as opressões cruzadas de raça, gênero, classe e sexualidade, em obras como "Zami: A New Spelling of My Name" (1982) e "Sister Outsider" (1984).

Com base nos ideais pós-estruturalistas, Judith Butler (1956) também pode ser alocada na quarta onda do feminismo, especialmente devido aos seus estudos aprofundados sobre não-binaridade e o movimento queer, conforme discutido em sua obra *Corpos que importam*: sobre os limites discursivos do “sexo” (1993). Nesse trabalho, Butler propõe uma crítica radical ao binarismo de gênero, desafiando as concepções tradicionais e essencialistas que vinculam o sexo ao gênero.

A quarta onda feminista é marcada pelos pensamentos ciberfeministas originários do trabalho de Donna Haraway (Braidotti, 1996; Wilding, 1998; Hawthorne e Klein, 1999; Paasonen, 2011). Donna Haraway costuma se utilizar de metáforas a partir das narrativas de ficção para construir seu pensamento crítico (Bhavnani, 1994). Haraway é uma professora,

pesquisadora e filósofa feminista, dentre outras áreas, autora das obras “A Cyborg Manifesto” (1985) e “Staying with the Trouble: Making Kin in the Chthulucene” (2016).

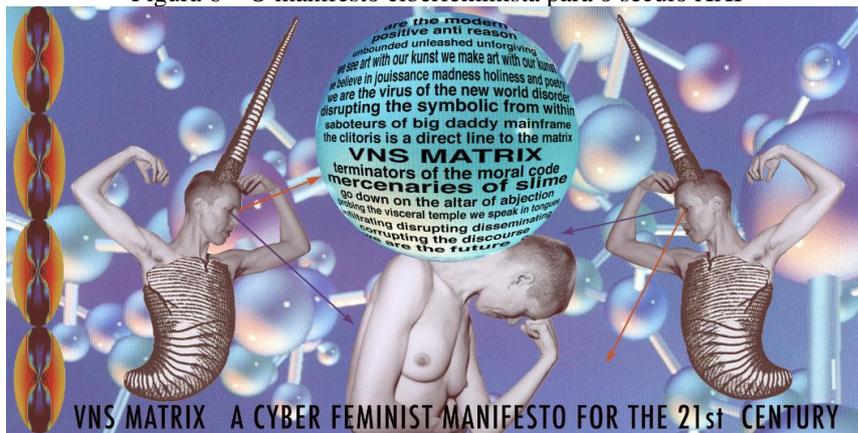
O ciberfeminismo teve seu início na década de 90, impulsionado pela crescente inovação tecnológica (Paasonen, 2011), novas formas de participação on-line (Jenkins, 2013; Levi, 1996) e mobilização feminista digital (Paasonen, 2011). Sua nomenclatura é muito criticada por exprimir a sensação de um futurismo utópico e por isso às vezes chamada de tecnofeminismo, na tentativa de quebrar o sentido de utopia da palavra ciber (Tamirisa, 2021; Hardey, 2019) e por algumas vezes não ser capaz de englobar as várias figuras de feminilidade que existem, como negras ou mulheres da comunidade queer (Tamirisa, 2021; Bassett, 1997).

Com tudo, o ciberfeminismo é visto como uma filosofia (Klein; Hawthorne, 2010) que se volta para o empoderamento feminino (Hardey, 2019; Keller, 2015) com uma perspectiva pós-humana (Tamirisa, 2021; Bassett, 1997; Haraway, 2000) a partir da união de mulheres e ciberespaço, internet ou redes digitais (Plant, 1997; Bassett, 1997).

As ciberfeministas defendem que a cultura do patriarcado interfere nas práticas da tecnologia, fazendo com que ela não seja neutra no que se refere aos gêneros (De Hertogh, Lane, & Ouellette, 2019; Hardey, 2019; De Hertogh, 2015). Em corroboração a isto, muitos estudos têm demonstrado que o meio tecnológico é predominantemente regido e composto por homens (Figueroa, 2021; Tamirisa, 2021; Hardey, 2019; Master, et al., 2017; Moss-Racusin; Molenda; Cramer, 2015).

O ciberfeminismo é um conjunto diverso de abordagens (James, 2021; Hardey, 2019; Daniels, 2009) que, de todos os modos, se propõe ao desafio da dominação masculina das tecnologias de informação (Goh; Thompson, 2021; Hardey, 2019; Plant, 1997; Haraway, 2000). O termo é utilizado para discriminar diferentes tópicos, como manifestação artística, ação ativista e estudos teóricos (Goh; Thompson, 2021; Tamirisa, 2021). Enquanto manifestação artística, é visto como um lugar de resistência (Vns Matrix, 1991; Pierce, 2010). Como manifestação artística, destacamos o grupo australiano VNS Matrix (1991) (Martínez-Collado, 2011), que é considerado o movimento artista pioneiro do ciberfeminismo. É composto pelas artistas Virginia Barratt, Julianne Pierce, Francesca daRimini e Josephine Star, e lutam a favor da igualdade de gênero, incluindo todas as mulheres, cis, trans, pessoas identificadas como femininas e não-binárias (Vnsmatrix, s.d.).

Figura 6 – O manifesto ciberfeminista para o século XXI



Fonte: VNSMATRIX, s.d.

Na figura 6, verificamos mulheres com cabelos curtos, podendo significar a luta contra a padronização e estereótipos sobre os corpos femininos. As mulheres flutuam em meio a grandes materiais arredondados que lembram materiais genéticos biológicos, mas que carregam uma coloração metálica. Observamos uma delas ao centro, com os seios à mostra, símbolo de liberdade e igualdade para as feministas, em uma forma física que pode indicar que ela está pensando. Ainda na imagem, vemos dois corpos femininos acrescidos de uma materialização metálica desconhecida em seus troncos e cabeças, representando partes humanoides, com axilas com pelos — que, mais uma vez, apontam para o empoderamento e a luta por igualdade entre os corpos femininos e masculinos —, e braços em posição de exibição de força. As figuras exibem um olhar superior indicado pelas setas apontadas para baixo, com a exceção de uma delas que aponta para o texto escrito:

“anti-razão positiva  
 ilimitado desencadeado implacável  
 vemos arte com nossa boceta fazemos arte com nossa boceta  
 acreditamos no gozo loucura santidade e poesia  
 nós somos o vírus da nova desordem mundial  
 rompendo o simbólico de dentro  
 sabotadores do mainframe big daddy  
 o clitóris é uma linha direta para a matriz  
 a MATRIZ VNS  
 terminadores dos códigos morais  
 mercenários de lodo  
 descer no altar da abjeção  
 sondando o templo visceral falamos em línguas  
 infiltrando atrapalhando disseminando  
 corrompendo o discurso  
 nós somos a puta do futuro”.  
 (Tradução Nossa, 2025).

Figura 7 – Bem-vindo ao mundo de toda nova geração, obrigada por jogar



Fonte: VNSMATRIX, s.d.

Na figura 7, observamos o conjunto de imagens abstratas que podem nos remeter a um ambiente tecnológico de processamento de dados computacionais. No centro da imagem está escrito “Toda nova geração.” “Sabotadora do grande pai mainframe”. “Corporação VNS”. “Garota Gamer”. As frases expostas na imagem podem nos levar a pensar que a arte destaca a atividade gamer feminina como um ato sabotador do sistema principal computacional, que podemos considerar como sendo o patriarcado. Neste sentido, esse pensamento é reforçado pelo texto complementar apresentado na mesma página da imagem no site, que diz:

“Todas as novas gerações surgem com um desejo de romper o mundo machista dos videogames com um jogo de computador feminino, não binário. Originalmente chamado de “Game girl” (Uma brincadeira direta com Game Boy), o projeto transformou todas as novas gerações. Sua primeira interação em 1992 foi uma série de caixas de luz e obras de som, apresentando os personagens e cenários de um hipotético jogo de computador”.

(Tradução Nossa, 2025)

Já a ação ativista ciberfeminista pode ser identificada através das diversas mobilizações digitais com pautas feministas. Podemos citar o caso emblemático da hashtag Me Too (#MeToo) (Rodino-Colocino, 2018), que foi utilizada para mobilização digital e off-line contra situações de assédio sexual sofrido por mulheres em todo o mundo. O movimento iniciou em 2017, quando vítimas de assédio expuseram na internet seus casos de abuso

atrelados à hashtag e acabaram incitando o sentimento de raiva coletiva entre as mulheres que convivem corriqueiramente com isto (Karam; Ghanem, 2019) e decidiram também denunciar os assédios sexuais sofridos (De Benedictis, Orgad, Rottenberg; 2019).

Enquanto corrente teórica, o ciberfeminismo tem, desde suas primeiras pesquisas, abordado os impactos culturais sofridos pelas mulheres com relação à tecnologia. Esses impactos evidenciam que o gênero feminino tem sido posto em lugares ou posições específicas do setor tecnológico, tendo seus papéis definidos pelo sistema de trabalho patriarcal, no qual se encontram preconceitos de gênero desde a sua formação escolar até a falta de possibilidades de destaque para mulheres dentro da tecnologia (Hardey, 2019; Kelan, 2007; Wajcman, 2006). Dessa forma, o corpo das mulheres, assim como a identidade de gênero feminino e aquelas que vão além do binário feminino/masculino, são apagados (Hardey, 2019; Dumitrica; Gaden, 2009). Portanto, o espaço digital acaba sendo visto como um lugar de empoderamento e de possíveis possibilidades de resistência feminista (Mendes; Ringrose; Keller, 2019; Loney-Howes, 2018). Num cenário onde existe uma construção cultural tecnológica masculina dominante, identidades marginalizadas e tecnologia se imbricam e juntas fazem com que surjam novos significados, na medida em que se vislumbra a chance de quebrar esse sistema de discriminação, opressão e misoginia (Hardey, 2019).

Posto isto, o ciberfeminismo coleciona trabalhos das autoras Sadie Plant com seu trabalho “Zero e uns” (1997) que se volta para as origens históricas do relacionamento da tecnologia com as mulheres; Allucquére Rosanne Stone com “Teoria dos Corpos Virtuais” (1997) que trabalha a construção de gênero e do corpo nas redes digitais; Alexander Galloway com “Um relatório sobre ciberfeminismo” (1998) que se volta de maneira crítica para arte, ativismo e teoria ciberfeminista e Rosi Braidotti com “O pós-humano” (2003) que foca no não naturalismo humano, defendendo que o pós-humano é capaz de auxiliar ao entendimento de identidades múltiplas e flexíveis; Haraway com o “Manifesto Ciborgue” (1991), no qual a autora correlaciona corpos humanos e máquinas.

### **2.3.2 Corpo ciborgue**

Envolvidos em um mundo no qual as tecnologias e os espaços digitais nos cercam de forma quase onipresente (Kitchin, 1998; Yeoman; McMahon-Beattie, 2014; Arduini, 2018), o corpo passa a frequentar esses espaços, representando para alguns a morte da raça humana e para outros a possibilidade de uma vida eterna (Kull, 2002).

Não é de hoje que estudiosos se voltam para as potencialidades do corpo (Joy; Venkatesh, 1994; Catterall; Maclaran, 2001). Os estudos de consumo passaram a reconhecer a importância de se trabalhar o corpo e sua corporificação (Scott; Cayla; Cova, 2017), evidenciando as formas como ele pode se tornar um meio para a resistência (Wilson, 2009). Dentro dos estudos pós-estruturalistas, a pesquisa do consumidor (Kozinets; Patterson; Ashman, 2017) tem trabalhado também dentro de uma lógica feminista e voltado para um corpo digital (Matich; Ashman; Parsons, 2020).

Esses estudos veem as movimentações digitais como atos feministas, por exemplo, a partir das postagens de fotos e exposição dos corpos femininos em redes sociais, organização de movimentos feministas via mídias digitais, criação de páginas, campanhas de recuperação e ressignificação dos corpos femininos (Wilson, 2009; Matich; Ashman; Parsons, 2020).

O corpo feminino nos espaços digitais tem sido caracterizado como uma incorporação virtual, uma nova possibilidade de criação de subjetividades (Haraway, 2000; Wajcman, 2010) e muitas vezes relacionado ao termo ciborgue (Haraway, 2000).

O termo ciborgue se refere aos seres não humanos que na ficção têm sido retratados como horrendos, maléficos e destruidores dos humanos, como no caso de lobisomens, vampiros ou a criatura emblemática criada pelo Doutor Frankenstein. Talvez por isso, para alguns, os ciborgues de nosso mundo despertam desconforto e a necessidade de serem combatidos (Kull, 2002).

Baseando-se na cibernética com uma narrativa futurística especulativa (Murphy, 2021) e apresentando uma alternativa à ênfase do feminismo de segunda onda (Tamirisa, 2021; Goh, 2014), o “Manifesto Ciborgue” de Donna Haraway (2000) apresenta uma mulher pautada em ideias pós-humanistas, resultado de uma hibridização de corpos humanos e máquinas (Wilding, 1998; Paasonen, 2011), a partir da ideia de que somos corpos que vivem e surgem em uma sociedade que se desenvolveu historicamente por meio da busca e avanço da tecnologia, aprimoramento de máquinas e inteligência artificial.

Neste sentido, nossos corpos são atravessados por tecnologias desde nosso nascimento. Além disso, nosso corpo ciborgue (Haraway, 2000) é construído, pensa e age a partir de um contexto tecnológico, regido e inserido em uma sociedade em rede, na qual, como defende Latour (2013), as relações sociais passam a ser rastreáveis e assim tornam-se materiais, elas se reconfiguram e se reconstróem continuamente, formadas por atores diversos, incluindo tanto humanos quanto não humanos, assim como todas as transações e ações que são executadas em rede. Isto fica evidente pelo fato de vivermos cada dia mais conectados, consumirmos mídias digitais e possuímos redes sociais, nas quais

materializamos nossas diversas identidades, criamos perfis, avatares, os “alimentamos”, personalizamos e humanizamos.

O conceito de corpo ciborgue, aqui adotado, parte das colocações de Haraway, que se volta para as questões ontológicas abordadas, que deram início aos estudos baseando-se nas melhorias que os não humanos ofereciam aos humanos. Mas defendemos também toda a carga epistemológica que surge a partir dos ciborgues. Baseamo-nos no pensamento pós-humanista feminista, no qual os ciborgues confundem as fronteiras entre humanos e não humanos, o passado e o presente, e vivem em meio às tecnologias digitais e mundos possíveis (Morgam, 2019), sempre ligados às práticas mundanas, sociais, colocam em xeque as definições dualísticas e limitantes, mas também são capazes de nos apresentar novos saberes e formas de vida que estão se construindo a partir da expansão e desenvolvimento do mundo ciber/virtual que está em contínuo aprimoramento (Wilson, 2009).

A partir da visão na qual defende-se que os corpos são um complexo composto que faz parte de quem nós somos, sua potencialidade material e ao mesmo tempo virtual é impossível de ser desfeita, neste sentido, nossos corpos existem no ciberespaço através da nossa corporificação virtualizada (Hayles, 1999; Wilson, 2009) e nos tornam ciborgues (Haraway, 2000), pois os códigos que sempre regeram o mundo continuam regendo o mundo, agora virtualizado, estamos sujeitos aos mesmos problemas, histórias, políticas e implicações culturais que sempre padronizam o mundo (Matich; Ashman; Parsons, 2020), ou seja, o que chamávamos de mundo virtual é uma extensão intrínseca do mundo físico, ou melhor, é o mundo (Elund, 2015). A forma como o virtual e o físico se misturam resulta então em um mundo híbrido, no qual os limites são dissolvidos e as relações sociais se instauram a partir de uma nova configuração (Graham, 2004), por meio de corpos híbridos, ciborgues (Barad, 2007).

Nossos corpos vivem nesse mundo híbrido, de forma intercambiada e dependente. Nossa experiência no mundo se dá a partir de camadas que formam uma realidade complexa, multifacetada e em várias dimensões (Matich; Ashman; Parsons, 2020), que nos possibilitam diferentes escolhas e inovadoras formas de agenciamento (Hayles, 1999). Assim, essa realidade não divide nossas vidas, mas sim expande e possibilita novas dimensões (Belk, 2016; Belk, 2013).

Nosso corpo reencarna on-line e se torna ciborgue por meio de fotos, vídeos e alter ego virtuais (Sobande; Fearful; Brownlie, 2019). Mas, o ciborgue não é apenas uma figura de linguagem, mas diz respeito a uma possível descrição de quem nós somos, nossa cultura, nossa sociedade atual. Enquanto nos move a questionamentos muito úteis, como quem

somos, o que é o mundo, quais são as formas de existência (Kull, 2002), e desestabiliza toda a nossa construção tradicional de identidades (Kitchin, 1998; Kull, 2002).

O ciberespaço permite que nos tornemos autores de nossas próprias vidas, identidades e nossos corpos por meio da corporificação ciborgue (Wilson, 2009). O que por muito tempo foi buscado pelos humanos (Kull, 2002) se torna possível em meio a hibridismos virtuais, imaginativos e geográficos, assim o ciborgue torna-se um projeto sempre em desenvolvimento com possíveis formas de nos construirmos e conhecermos uns aos outros (Wilson, 2009).

O ciborgue nos permite ser apresentados através da habitação de performatividades (Haraway, 1997), as quais praticam a produção de saberes, refazem subjetividades em rede e desafiam fronteiras, fazendo surgir multiplicidades de sujeitos-objetos em espaços-tempos (Wilson, 2009).

Os ciborgues são uma realidade (Yeoman; McMahon-Beattie, 2014) e são facilmente identificados em jogos digitais que, por meio dos avatares, possibilitam aos jogadores oportunidades de aprendizagem, desenvolvimento de habilidades e formas de performatividades virtuais (Yeoman; McMahon-Beattie, 2014; Arduini, 2018). Os jogos digitais são fontes de energia para aqueles que buscam a sensação de poder e controle sobre suas vidas, sentindo o progresso e o prazer de estar chegando mais perto de seus objetivos (McGonigal, 2011). Nos jogos, é desfeito o dualismo binário entre humano e máquina, surgindo o sujeito holístico do jogador ou o ciborgue, que é capaz de proporcionar uma experiência complexa com as tecnologias digitais direcionadas pelo desejo do nosso corpo ciborgue (Yeoman; McMahon-Beattie, 2014; Arduini, 2018).

### **2.3.3 Performatividade dos corpos femininos**

O corpo, para as teorias feministas, é um elemento central (Brace-Govan, J. Ferguson, 2019). Aqui, a noção de corpo desafia as ideias que distinguem socialmente os corpos com base na naturalidade, como a atribuição errônea às mulheres de emotividade exacerbada e pensamento racional aos homens (Brace-Govan, 2022). Além desses pontos, o corpo feminino tem sido um objeto de luta e reivindicação de direitos (Ferguson, 2019; Brace-Govan, 2010), assim como ponto crucial para o desenvolvimento dos estudos sociais (Brace-Govan, J. Ferguson, 2019).

Não existe neutralidade no que se refere aos corpos na sociedade, pois sua materialidade é caracterizadora de sua identidade, são peças importantes no jogo das práticas

sociais e definidora de sua apresentação e reconhecimento social (Connell, 1995). Os corpos passam por uma regulamentação que impõe os comportamentos, lugares e aparências cabíveis aos diferentes tipos de corpos (Butler, 1990) e essa normalização muitas vezes tem prejudicado as mulheres que não se identificam com essas normalizações impostas ao gênero (McGovern, Collins, Dunne, 2022; Brace-Govan, J.; Ferguson, 2019; Brace-Govan, 2007; 2004; 2002).

Imposições como o corpo magro, decorações e vestimentas que apontem para a sexualização do corpo feminino, valorização de características de juventude e até infantilidade são exemplos da normalização desses corpos (Bartky, 1988). Dessa forma, a sociedade dividiu-se a partir de comportamentos e atributos determinados aos corpos com base em sua característica fisiológica e sexual, assim esses comportamentos têm significados e aceitabilidade diferentes para os sujeitos (Gatens, 1983).

Diante dessas imposições, algumas mulheres passam a utilizar e rerepresentar seu corpo com atribuições que apontem para uma subjugação desses padrões (Valtonen; Närvänen, 2022), como mulheres góticas (Goulding; Saren, 2009), tatuadas (Patterson; Schroeder, 2010), musculosas (Ferguson; Brace-Govan; Martin, 2020) e *gamers*.

Os corpos são afetivos e efetivos, pois são interferidos emocionalmente através de suas vivências, experiências, prazeres e angústias, assim como são capazes de interferir ou reformular um contexto social discursivamente (Kuuru; Narvanen 2019; Valtonen, 2012). Um exemplo disto é a presença do corpo feminino em uma partida de jogos digitais que possuem baixa ou nenhuma aceitabilidade de mulheres. Esse corpo feminino é então emocionalmente impactado pelas agressões dirigidas a ele. Assim como ele, atinge emocionalmente aquele espaço social e o outro ou outros corpos existentes na relação.

O corpo feminino que se insere nesse ambiente historicamente masculino passa a negociar sua presença, resistindo, buscando espaço para si através de sua performatividade de gênero que às vezes corrobora com os padrões normativos da sociedade dados às mulheres e às vezes indo de encontro a eles, como, por exemplo, quando elas utilizam nicks masculinos e escolhem não se identificarem como mulheres durante as partidas.

Tendo em vista a complexidade das identidades de gênero, suas multifaces e contraversões (Goulding; Saren, 2009), entendemos como problemático e até ultrapassado enxergar o gênero dentro de dicotomias limitantes (Goulding; Saren, 2009). Ainda dentro deste entendimento, destacamos que sexo e gênero correspondem a coisas diferentes, já que o sexo está ligado às determinações sociais baseadas nas características fisiológicas das pessoas

e o gênero trata-se de um conceito que surge em meio a aspectos psicológicos, culturais e sociológicos (Liu; Li; Wu, 2020; Brace-Govan; Ferguson, 2019).

O gênero tornou-se um marcador social que é usado para definir as pessoas, trazendo consigo um conjunto de signos caracterizadores de corpos (Seregina, 2018). Porém, o gênero não deve ser visto como apenas uma rotulagem de indivíduos, mas sim como uma contínua moldagem e negociação de aspectos que são performados com base nas descrições sociais e discursos vigentes (Linstead; Pullen, 2006).

A sociedade sempre passou por regulamentações e validações de normas enquanto verdade (Foucault, 2008) e isto não é diferente ao nos referirmos ao gênero, pois é construído socialmente dentro de uma relação de um com os outros (Butler, 2004), surgindo a partir das delimitações, normalizações e padronizações sociais que, dentro de um contexto histórico-temporal, são capazes de criar definições de identidades e comportamentos que são reproduzidos e negociados pelas pessoas (Joy; Belk; Bhardwaj, 2015).

O gênero sempre surge em meio a uma negociação de poder (Bristor; Fischer, 1993), o que o torna capaz de transgredir as normalizações sociais se for expresso de formas inesperadas, fora do padrão delimitado na esfera social regulatória dos corpos (Joy; Belk; Bhardwaj, 2015).

Valorizamos o entendimento a partir da observação daquilo que é demonstrado, espetacularizado (Peñalosa, 1998), performado (Butler, 1990). Entendemos ainda que o gênero pode ser performado de incontáveis formas, não necessariamente apenas com base em características masculinas e femininas (Liu; Li; Wu, 2020), a partir de um viés natural ou biológico (Kates, 2002).

Nos apropriamos de Butler (1990) para afirmar que, para que o gênero exista, é necessário que um corpo o performe. Ou seja, nenhum gênero existe anteriormente à sua performatividade (Seregina, 2018; Denzin, 2003), assim a materialidade (gênero) está imbricada à matéria (corpo) (Seregina, 2018). Mas, neste sentido, é importante destacar que o gênero não é constante e nem rígido (Butler, 1990).

A performatividade de gênero é executada diante da repetição das normas correspondentes a ele (Butler, 1990) ou da repetição diferente (Deleuze, 2018), o que nos faz afirmar que não existe um gênero real que é imitado pelos corpos (Seregina, 2018), mas que existem diferentes possibilidades de performances de gênero, ou seja, diferentes verdades coexistem.

Além do gênero existir através de uma performatividade do corpo (Butler, 1990), os corpos femininos são geralmente entendidos como objetos de apreciação e espetacularização

(Stratton, 2001), o que os torna ainda mais objetos executores de performatividade. O gênero ocorre de forma expressiva e não previamente escolhida por uma mente existente além de um corpo, ele só acontece por meio da performatividade (Butler, 2013). O corpo é utilizado como base determinante para que haja a classificação da pessoa dentro de um conjunto de padrões e normas sociais condizentes com seu sexo (Butler, 1993).

A performatividade exercida por aquele corpo irá então reafirmar o rótulo lhe dado de homem ou mulher, baseando-se na vontade de sermos reconhecidos pelos outros e assim corroborarmos com a manutenção da estabilidade regulatória de gênero (Seregina, 2018) ou pode ser exercida de forma a negociar com os padrões estabelecidos, se apresentando como uma forma de resistência à imposição de gênero (Liu; Li; Wu, 2020; Thompson; Üstüner, 2015).

Butler (1990) apropria-se da ideia de expressão performativa de Austin (1962), que aponta para aspectos ortodoxos que circundam os gêneros e os naturalizam. Para Butler (1990, 2004), a performatividade de gênero é algo aprendido e incorporado através da aculturação das normas sociais de um determinado lugar e limita-se por seu ambiente. A autora destaca ainda que muitas vezes os indivíduos não têm consciência dos processos produtores dos gêneros a serem performados, pois estão entrelaçados nas estruturas de relações sociais de forma sutil.

Nossos corpos não são livres para assumir qualquer gênero, mas apenas capazes de, através de negociações coletivas, desempenharem um gênero reconfigurado e assim somos incorporados à estrutura de poder na qual estamos emaranhados (Seregina, 2018). A performatividade de gênero nunca é o resultado de uma expressividade de gênero, pois sempre há espaços para reorganizações, mudanças e rearranjos dessa performatividade (Butler, 1990; Butler, 2004). Os indivíduos, mediante a negociação dessas normas, podem agir de forma subversiva, ressignificando o gênero ou o desfazendo (Butler, 2004, 2013). Quando os indivíduos passam a ter atitudes desreguladoras, desfazendo-se do gênero posto, binário, tornam-se capazes de criar significados não existentes e, conseqüentemente, novas formas de gênero (Butler, 2004).

As novas formas de gênero podem ser entendidas como uma ação de desfazer um gênero e assim desfazer ou reformular concepções normativas que categorizam os gêneros (Butler, 2004) e considerando que os atos de desregulação do comportamento do consumidor que contesta as formas dominantes de regularização e assume identidades construídas e negociadas no meio social como uma forma de resistência (Joy; Belk; Bhardwaj, 2015;

Goulding; Saren, 2009), propomos que a ação jogabilidade de meninas *gamers* por meio de um corpo ciborgue pode ser entendida como uma forma de resistência à cultura gamer tóxica.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho segue um posicionamento coerente com as pesquisas qualitativas (Creswell, 2010). Partindo de uma perspectiva pós-humanista, que destaca a imbricação entre relações materiais, simbólicas e tecnológicas, o estudo se propõe a explorar como essas redes configuram e reconfiguram as práticas sociais contemporâneas (Braidotti, 2003; Barad, 2007). Articulado pelos fundamentos dos estudos críticos feministas (Tamirisa, 2021), se debruça sobre o fenômeno empírico buscando clarear como a prática digital de mulheres *gamers* é capaz de evidenciar quais processos que levaram o ciberespaço a ser como é (Morgan, 2019) e como a prática nesses lugares apresenta a criação de novas subjetividades dos sujeitos (Foucault, 1993), que através da performatividade (Butler, 1990) de seus corpos ciborgues (Haraway, 2000), negociam, resistem e se agenciam transgredindo aspectos limitantes do passado não digital (Coskuner-Balli, 2020), destacando rupturas nas práticas discursivas instauradas como o machismo ou homofobia a partir da relação humana e não-humana.

Se tratando da abordagem adotada, nos orientamos pela lógica netnográfica organizada por Kozinets (2015; 2020), que surge em meio às novas configurações sociais que estão entrelaçadas à digitalização do mundo, que criaram possibilidades de interações, comunidades e ciberculturas. Trata-se ainda de uma lógica de pesquisa amplamente aceita nos estudos de consumo, cultura e marketing, já que desperta o interesse envolvido no círculo contínuo da influência da cultura, consumo e tecnologia.

Enquanto procedimento, o método escolhido foi a Feminist Post-structuralist Discourse Analysis (FPDA), comumente traduzida para Análise de Discurso Pós-estruturalista Feminista (ADPF).

#### 3.2 NETNOGRAFIA

Diante de um mundo entrelaçado às práticas digitais, torna-se necessário que a sociedade científica de pesquisa também adeque seus métodos para tal. Kozinets (2014; 2015), propositor da netnografia, defende que ela surge como uma abordagem naturalista que se baseia em aspectos etnográficos, mas que é uma reestruturação de toda lógica da pesquisa naturalista aplicada às redes digitais.

Para o autor, a netnografia se propõe à inserção do pesquisador em uma comunidade existente no mundo digital, a partir da mediação computacional. Assim, as tecnologias que mediam as relações dessas comunidades também implicam nas interações e comportamentos

ali presentes, por exemplo, a linguagem utilizada nas redes, a ausência de um espaço físico e a relação de temporalidade e infinitude, pois quando uma relação acontece no meio digital é capaz de deixar rastros com mais facilidade e com isso possibilita o acesso a acontecimentos, discursos e relações passadas, o que muitas vezes se torna impossível ao etnógrafo de culturas existentes apenas no mundo físico.

A netnografia surgiu dentro da área de marketing e consumo, sendo um campo interdisciplinar, que revela como as relações humanas e as estruturas de poder estão sofrendo alterações diante da possibilidade diversa e digital de criação de agentes de mudança (Kozinets, 2015). Assim, a área de pesquisa voltada para os estudos culturais do consumo tem se utilizado de forma significativa do método (Weijo; Hietanen; Mattila, 2014; Heinonen; Medberg, 2018; Canavan, 2021).

Ao nos debruçarmos sobre a subcultura gamer, sendo uma cultura de consumo, destacamos a aderência metodológica da netnografia ao trabalho, pois buscamos acessar e compreender como essa cibercultura se constitui e de que formas ela, através de seu agenciamento de mercado, passa a apresentar tensões entre seus membros em suas relações internas, e conseqüentemente acaba extrapolando questões sociais em um nível macro.

### **3.2.1 A prática da netnografia**

A prática netnográfica demanda do netnógrafo um empenho imersivo prolongado em uma cultura ou comunidade no ambiente digital, na medida em que ele busca compreender e se comunicar com a realidade acessada, a qual será posta em uma interpretação densa, minuciosa e reflexiva, resultando em uma descrição aprofundada do universo social acessado, tornando-se um grande conhecedor dele (Kozinets, 2015). Esse método ocorre em 4 etapas que são explicadas a seguir.

A primeira delas é o planejamento, onde se decide exatamente o que se vai estudar; como se vai estudar; quais serão os cuidados éticos; e escreve-se sobre a comunidade. Aqui, o netnógrafo deve mapear em que lugares a comunidade se encontra, quais páginas, redes sociais ou fóruns ele deverá acessar para realizar a pesquisa.

A segunda etapa, entrada, também chamada de *entreé* cultural, corresponde à inserção do pesquisador no contexto cultural que irá estudar, provocando sua familiarização, na medida em que observa as práticas que ocorrem ali, até que esse contexto seja naturalizado.

A terceira etapa, coleta de dados, pode-se utilizar diversas formas para encontrar, guardar e organizar as diversas expressividades da subcultura estudada. Mas sempre com alto grau de envolvimento, engajamento e contato ético para não contaminar o fluxo natural existente.

A quarta etapa, análise de dados, ocorre de forma concomitante à etapa de coleta de dados e se refere ao processo de refinamento através das estratégias de análise escolhidas, aderindo aos critérios netnográficos que são (Kozinets, 2010, p.162):

**Coerência** - Cada interpretação reconhecidamente diferente é livre de contradições internas e apresenta um padrão unificado.

**Rigor** - O texto segue regularmente e adere às normas procedimentais de investigação netnográfica.

**Conhecimento** - O texto reconhece e demonstra conhecimento da literatura e das abordagens de pesquisa relevantes.

**Ancoramento** - A representação teórica é respaldada por dados, e as ligações entre dados e teoria são claras e convincentes.

**Inovação** - Os construtos, ideias, estruturas e a forma narrativa fornecem maneiras novas e criativas de compreender sistemas, estruturas, experiências ou ações.

**Ressonância** - Uma conexão personalizada e sensibilizadora com o fenômeno cultural é adquirida.

**Verossimilhança** - Um senso de verossimilhança crível e realista de contato cultural e comunitário é alcançado.

**Reflexividade** - O texto reconhece o papel do pesquisador e está aberto a interpretações alternativas.

**Práxis** - O texto inspira e fortalece a ação social.

**Mistura** - A representação leva em conta a interligação dos vários modos de interação social — online e offline — nas experiências diárias vividas pelos membros da cultura, bem como em sua própria representação.

### 3.2.1.1 Etapa 1: Planejamento netnográfico

Para a execução do estudo, nos debruçamos sobre influenciadoras digitais gamers que são jogadoras de Counter-Strike 2 (CS 2), que é um dos jogos hardcore mais consumidos pela cultura gamer. O jogo é notoriamente marcado por uma atmosfera hostil, especialmente em relação às mulheres que participam dessa comunidade, além de possuir uma estética

amplamente associada ao que culturalmente é considerado masculino. A Figura 8 ilustra a estética em questão.

Figura 8 – Counter-Strike 2

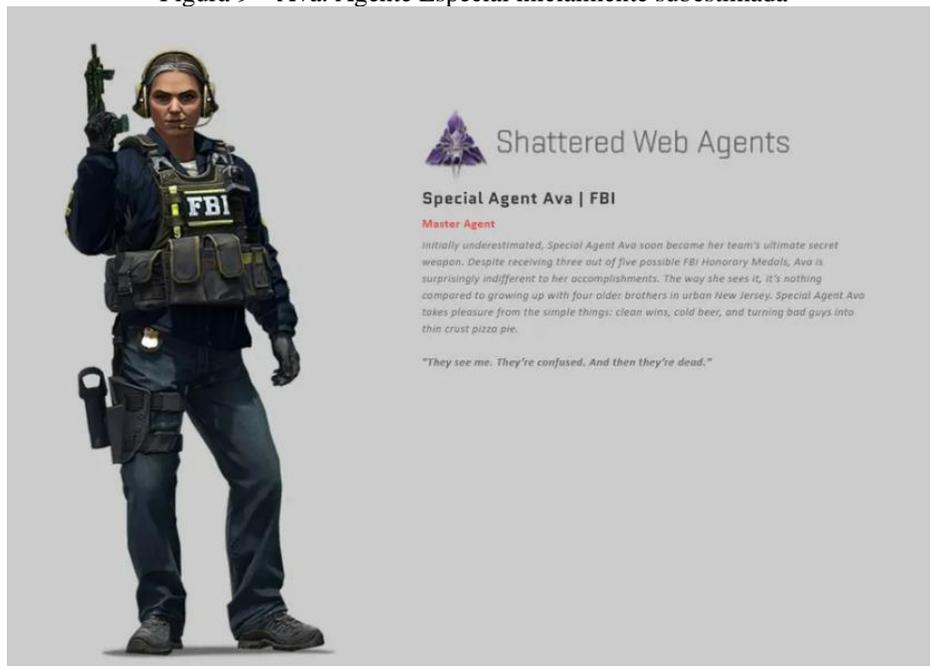


Fonte: Steam (2024).

A figura 8 foi posta com o objetivo de melhor explicitar a estética apresentada pelo Cs 2, nela observamos avatares e skins masculinizadas em nossa cultura, juntamente com um cenário de tom terroso, sem muitas cores, o que tem pequenas variações a depender do mapa escolhido para execução do jogo, mas que em sua maioria as cores vivas, culturalmente feminilizadas, são apresentadas apenas em algumas skins para remeter especificamente à cultura de cores neon e fitas de led da cultura gamer. Também podemos observar que este cenário viabiliza uma atmosfera de agressividade, competição e violência, propiciada pela própria narrativa do jogo que apresenta uma disputa entre membros do FBI contra os terroristas. Essa agressividade também é observada de forma visual por meio das vestimentas dos avatares, das armas de fogo e explosões, características já discutidas e entendidas como fragmentos de uma masculinidade hegemônica.

Além do exposto, é importante destacar que o primeiro avatar/skin feminino no jogo foi lançado em 2020, 20 anos após o lançamento original do *Counter-Strike: Global Offensive*. Embora o jogo tenha introduzido outras opções de skins femininas desde então, a quantidade ainda é inferior à das skins masculinas. Vale ressaltar que as skins femininas não são gratuitas, e o avatar gratuito/padrão do jogo é masculino. A primeira skin feminina, chamada "Ava", está ilustrada na figura 9.

Figura 9 – Ava. Agente Especial inicialmente subestimada



Fonte: Steam (2024).

#### Agente Especial Ava | FBI

##### Agente Mestre

Inicialmente subestimada, a Agente Especial Ava logo se tornou a arma secreta definitiva de sua equipe. Apesar de receber três das cinco medalhas honorárias do FBI possíveis, Ava é surpreendentemente indiferente às suas realizações. Do jeito que ela vê, não é nada comparado a crescer com quatro irmãos mais velhos na área urbana de Nova Jersey. A Agente Especial Ava sente prazer nas coisas simples: vitórias limpas, cerveja gelada e transformar bandidos em fatias de pizza de massa fina.

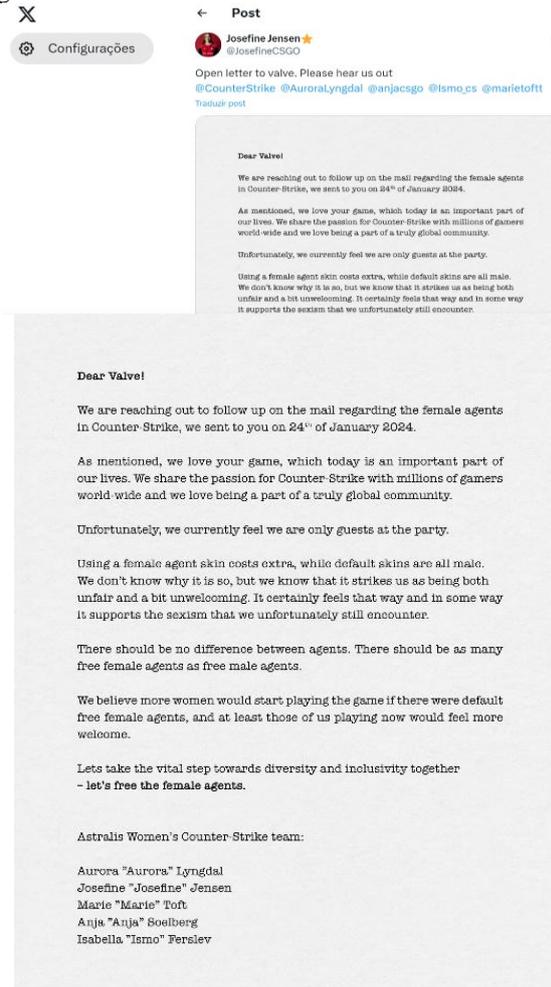
"Eles me veem. Eles ficam confusos. E então morrem."

(Tradução nossa, 2024).

A figura 9 mostra a skin feminina do jogo, ela é apresentada como “inicialmente subestimada”, o que pode apontar para um aspecto interessante se tratando da primeira skin mulher. Em seguida, ela é caracterizada como “arma secreta definitiva de seu time”, o que corrobora com a ideia de que geralmente não se espera bons resultados dela, levando o time adversário a se surpreender com sua grande performance em combate. Ava é uma agente de destaque que inclusive já recebeu medalhas pelo seu desempenho no FBI, porém parece não se importar ou não reconhecer seu devido valor por ser a mais nova de 4 irmãos, o que pode nos levar a pensar que esse fator tenha influenciado sua vida, fazendo com que nada mais parecesse tão difícil quanto conviver com as consequências das diferenças de gênero existentes em sua própria família e na sociedade como um todo. Estes pontos notáveis na apresentação da skin “Ava” nos fazem perceber que aspectos culturais que envolvem a figura feminina foram implantados na história dessa skin.

É importante dizer que, ainda em 2024, “Ava” é uma skin que precisa ser comprada pelo jogador que deseja utilizá-la, o que pode corroborar ainda mais com o sexismo e machismo dentro do jogo. Isto foi bem observado e explicitado através de uma carta aberta, feita pelo time dinamarquês de CS:GO feminino “Astralis”, para a Valve, que é a desenvolvedora do jogo, como demonstra a figura 10.

Figura 10 – Carta a Valve sobre a skin feminina



Fonte: X (2024).

### Cara Valve!

Estamos entrando em contato para acompanhar a correspondência sobre as agentes femininas do Counter-Strike, enviada a você em 24 de janeiro de 2024.

Como mencionado, adoramos o seu jogo, que hoje é uma parte importante de nossas vidas. Compartilhamos a paixão pelo Counter-Strike com milhões de jogadores em todo o mundo e adoramos fazer parte de uma comunidade verdadeiramente global.

Infelizmente, atualmente sentimos que somos apenas convidadas na festa.

Usar uma skin de agente feminina tem um custo extra, enquanto as skins padrão são todas masculinas. Não sabemos por que é assim, mas sabemos que nos parece injusto e um pouco hostil. Certamente é isso que parece e, de alguma forma, apoia o sexismo que infelizmente ainda encontramos.

Não deve haver diferença entre os agentes. Deveria haver tantos agentes femininos livres quanto agentes masculinos livres.

Acreditamos que mais mulheres começariam a jogar se houvesse agentes femininas livres por padrão, e pelo menos aquelas de nós que jogam agora se sentiriam mais bem-vindas.

Vamos dar o passo vital em direção à diversidade e à inclusão juntos vamos libertar as agentes femininas.

Equipe feminina de Counter-Strike da Astralis:  
 Aurora "Aurora" Lyngdal  
 Josefine "Josefine Jensen  
 Marie "Marie Toft  
 Anja "Anja" Soelberg  
 Isabella "Ismo" Ferslev  
 (Tradução Nossa, 2024)

A figura 10 corresponde a um print tirado da página do X, na qual a jogadora Joseline Jessen publicou uma carta em nome do time feminino “Astralis”, na qual chamava atenção para o fato de que as skins femininas do jogo, apesar de existirem, não são gratuitas e como isto pode apresentar ainda um padrão sexista por parte da própria empresa, a Valve.

A carta expõe o descontentamento do time feminino com a situação em que se encontram as skins femininas no jogo, assim como demonstra que é uma segunda tentativa de comunicação com a desenvolvedora, pois, como é mencionado, trata-se de um contato para acompanhar a correspondência enviada em 24 de janeiro de 2024.

Seguindo nosso planejamento de pesquisa, optamos por realizar esse estudo nas redes sociais onde a comunidade do Counter-Strike interage e fomenta a cultura gamer. Os dados coletados foram arquivados em formato de vídeos, prints e diário de campo.

Quanto aos cuidados éticos, seguimos a indicação de Kozinets (2015) ao selecionarmos as redes sociais abertas como um espaço público, de acesso livre, não necessitando obrigatoriamente de permissão para executar a pesquisa no espaço em questão, analisando as comunicações e arquivos da cultura de maneira fácil e legal, porém mesmo nessas condições, consideramos Leban et al. (2021) e o próprio Kozinets (2015) para tratarmos os dados de maneira que protegêssemos os envolvidos de uma possível identificação, não exibindo os conteúdos em sua forma livre, mas sim de forma adaptada, para isto utilizamos recursos de edição de imagem, desfocando rostos, corpos e *nicks* com nomes pessoais facilmente reconhecíveis.

### 3.2.1.2 Etapa 2: Entrada cultural

Uma netnografia deve ter como característica principal a participação (Kozinets, 2010); para tal, o pesquisador deve mover-se de fora para dentro da cultura. Essa imersão vai acontecendo aos poucos, dia após dia, se movendo cada vez mais em direção ao profundo até

que se sinta parte dela, e assim ele poderá retornar para de onde saiu e explicar o que ocorre lá dentro. Essa participação pode ser feita por meio de inação ou interação, passividade ou atividade, mas sempre gerando a reflexão do netnógrafo (Kozinets, 2015).

A entrada cultural é responsável pela familiarização do pesquisador com a cultura. E por ser uma jogadora desde criança, a pesquisadora já possuía certo grau de familiarização com o universo gamer e, conseqüentemente, com a cultura. Embora não fosse jogadora de Counter-Strike, a entrada cultural ocorreu de forma resfolegada. A entrada foi realizada por meio de dois movimentos. O primeiro foi o acompanhamento das redes sociais de influenciadoras digitais jogadoras de CS:GO, onde foi possível criar mapeamentos e caracterizar as jogadoras e a comunidade como um todo. E o segundo foi feito por meio da experimentação da cultura, na qual a pesquisadora se colocou como uma jogadora de CS:GO na comunidade do jogo. Essa experimentação possibilitou o contato mais próximo com a cultura, além de provocar sentimentos e sensações comumente compartilhadas por mulheres na comunidade. Essa etapa foi acompanhada e validada pelo orientador do presente trabalho e por um integrante da cultura gamer e jogador de Counter-Strike há mais de 8 anos, que refletia sobre as conclusões tiradas durante as partidas, confirmando comportamentos contraditórios dos jogadores, comportamentos que indicavam flertes e assédio, com base em suas próprias vivências no Counter-Strike, enquanto um jogador mais experiente.

Para essa experimentação, algumas estratégias foram adotadas e geraram respostas diferentes. Essas estratégias foram organizadas por nível de jogabilidade alta e baixa, através de um perfil feminino e interação por voz.

O que pudemos observar é que a combinação de um perfil feminino, interação por voz e um nível de jogabilidade considerado baixo resultou em uma aceitação negativa por parte da equipe, refletida nas tentativas de banimento feitas pelos próprios membros. Nesse contexto, a pesquisadora/jogadora era constantemente excluída das partidas. Embora tenha se tornado impossível qualquer tipo de participação durante os jogos, podemos inferir que esse movimento revela uma forma extrema de exclusão das mulheres no ambiente dos jogos, especialmente aquelas com habilidades consideradas inferiores, que sequer conseguem ser integradas à dinâmica do jogo.

E a combinação de um perfil feminino, interação por voz e jogabilidade alta resultou numa “boa aceitação no time”, em alguns momentos e em outros nem tanto, pois ao ser notada como uma mulher que jogava bem, alguns integrantes da própria equipe tentaram banir a pesquisadora/jogadora da partida alegando que ela estaria trolando, enganando e usando um Bot, ou seja, estaria fazendo uso de um software capaz de aumentar a jogabilidade

e garantir a vitória durante as partidas, colocando em questionamento a capacidade de jogar bem, unicamente por ser uma mulher.

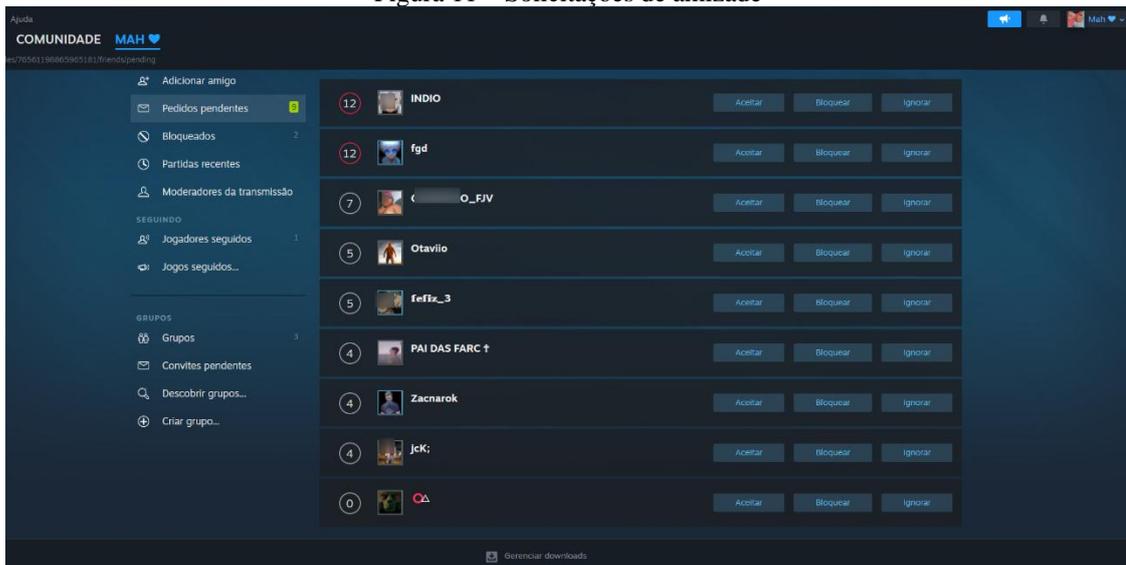
Em outros momentos, a pesquisadora/jogadora sofreu xingamentos, primeiramente por ser mulher, imitaram sua voz com tom de gozação, mandaram-na ficar quieta, chamaram-na de fêmea de forma ofensiva, remetendo a uma persona animalesca, reduzida ao sexo biológico. Nesta última, foi defendida por outro jogador que presenciava os ataques. Ele pediu que não ligasse para os xingamentos, afirmando que o agressor era um “doente”. E o agressor respondeu que não era doente e sim autista, com tom de gozação. Isso nos leva a perceber o quão tóxico o jogador agressor é, pois além de atacar alguém por conta de seu gênero, também atacou outra categoria minorizada, pessoas autistas.

Também foi destrutada por ser do estado da Paraíba, chamada de “Paraíba” com tom de deboche, pobre e morta de fome. Aqui, percebemos que, além das ofensas relacionadas ao gênero, também foi exposta a uma situação de misoginia. É interessante destacar que, para que o jogador, que proferiu as ofensas xenofóbicas, soubesse que se tratava de uma mulher paraibana, ele provavelmente teria ido stalkear, ou seja, vasculhar, procurar o perfil na Steam, mas o que o motivou a fazer isso? O gênero feminino está exposto na foto de perfil da pesquisadora/jogadora?

Além do ocorrido, também presenciamos uma situação de racismo realizada por um jogador do nosso time. Ele fala no chat que não tem como ser ajudado na partida porque tem um “macaco” segurando um caixão. Neste momento, outro jogador se espanta e enfatiza o fato de o colega ter sido racista, enquanto um terceiro jogador abre uma votação para a expulsão do agressor. Em seguida, o jogador que proferiu o ataque racista se defende dizendo que também é preto e que era uma brincadeira, mas os jogadores do time aprovam a expulsão.

Houve também muitos momentos de flertes e assédios por parte dos jogadores. A figura 12 demonstra a página de solicitações de amizade que foram enviadas ao perfil da pesquisadora/jogadora durante e após as partidas.

Figura 11 – Solicitações de amizade



Fonte: Steam (2024).

A figura 11 trata-se de um print retirado da página de solicitações de amizade do perfil da pesquisadora/jogadora na plataforma Steam. Após algumas partidas realizadas, ela recebia solicitações de amizade de homens apontando ou até mesmo confirmando possível interesse relacional, que poderia ir de um limiar do flerte ao assédio. As solicitações foram enviadas apenas por questões de gênero, já que dificilmente vê-se esse tipo de comportamento sendo reproduzido entre perfis masculinos.

Uma dessas solicitações foi realizada a partir de uma interação no chat durante uma partida, que está apresentada na figura 12.

Figura 12 – Mandei convite



Fonte: Dados gerados pela autora (2024).

A figura 12 corresponde ao chat no qual um dos jogadores do time pergunta se a pesquisadora/jogadora é do estado da Paraíba (PB), indicando que havia visitado o perfil dela

no Steam e assim obtido essa informação. O jogador então demonstra interesse em manter certa ligação com ela, dizendo que havia enviado um convite de amizade na plataforma. Novamente, esse tipo de comportamento não é comumente visto entre jogadores homens durante as partidas, podendo então ser considerado uma ação de flerte.

Durante uma partida, um dos jogadores do time adversário se diverte proferindo palavrões e xingamentos com outro jogador e, de repente, demonstra surpresa quando percebe a presença de uma mulher na partida e pede desculpas, dizendo que não tinha visto que ela estava presente no jogo.

Essa atitude pode aparentar ser uma tentativa de cuidado ou respeito com a mulher presente, mas também pode ser vista como uma corroboração à ideia de que as mulheres são frágeis, correspondendo a um estereótipo delicado, bondoso, que não deve se envolver em discussões e não falar palavrões.

Em outro momento, a pesquisadora/jogadora agradece ao time por terem facilitado uma jogada para ela e um jogador responde “por nada” com uma entonação fora do comum, demonstrando uma tentativa de cantada.

Outra situação de flerte aparece quando um jogador do time adversário responde à provocação de outro jogador, dizendo que ele estaria fazendo aquilo para chamar a atenção da pesquisadora/jogadora, como está explícito na figura 13.

Figura 13 – Querendo chamar a atenção dela

(continua)

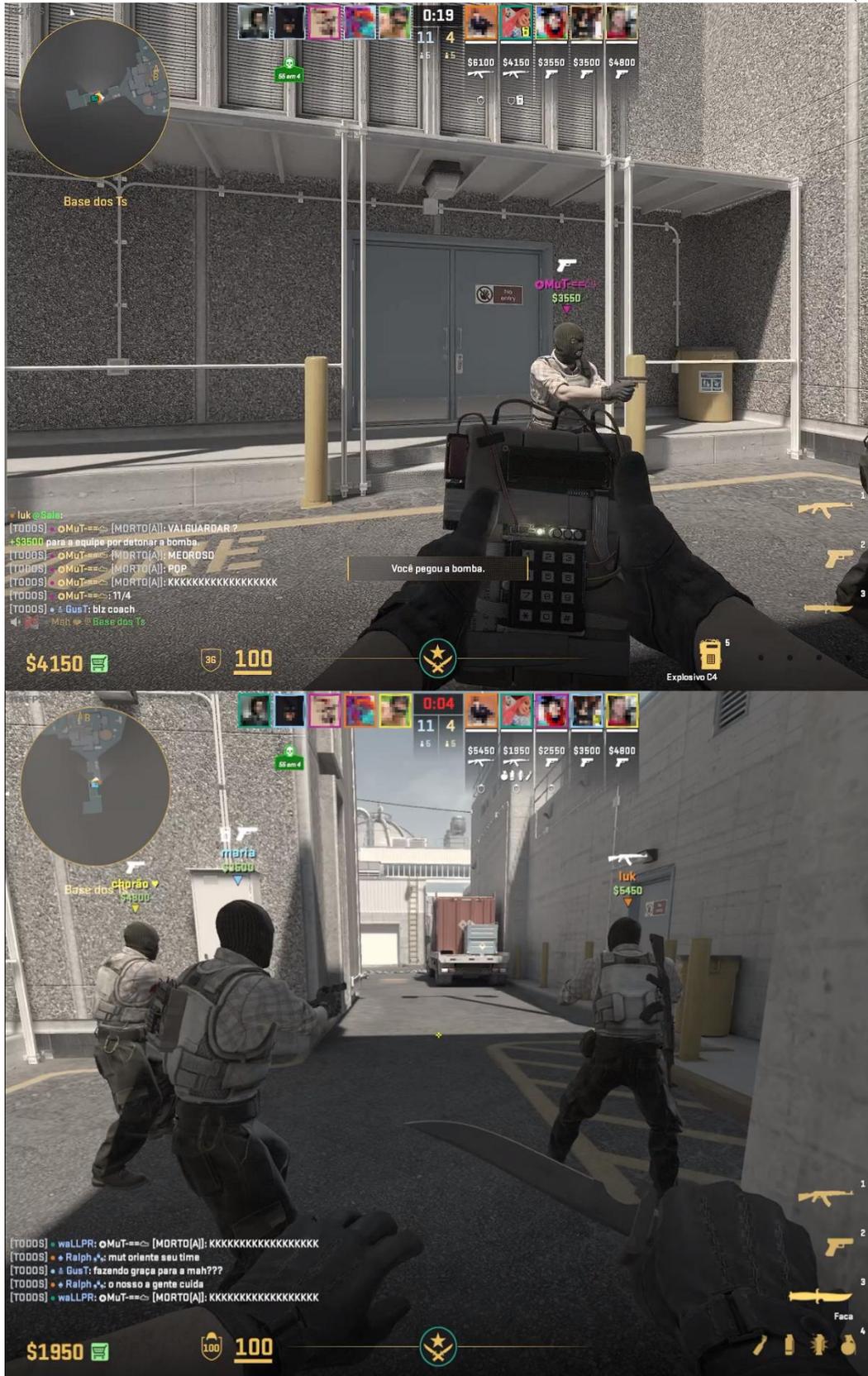


Figura 13 – Querendo chamar a atenção dela

(continuação)



Figura 13 – Querendo chamar a atenção dela

(conclusão)



Fonte: Dados gerados pela autora (2024).

A figura 13 apresenta uma sequência de prints onde o jogador “MuT” pergunta se o jogador do time adversário “GusT” vai guardar sua arma, o chama de medroso e usa a expressão PQP (Put a que pariu) para provocá-lo. Em contrapartida, o jogador “GusT” responde com ironia, chamando-o de coach, que é o termo destinado aos treinadores dos times profissionais de Counter-Strike.

Na sequência, outros jogadores do time adversário entram no chat, dão risada e mandam ele cuidar do seu próprio time. Nesse momento, o jogador “GusT” também o acusa de estar querendo fazer graça para a pesquisadora/jogadora. Sendo a única mulher do time, estava à parte da discussão e jogando independentemente do que estava acontecendo, foi surpreendida com a fala que a colocava em meio à discussão dos jogadores, sem fazer parte dela. No mesmo print, o jogador “Raph” ainda destaca que do time dele eles cuidam.

No terceiro print, outro jogador, “waLLPR”, enfatiza mais uma vez que o jogador “MuT” estava tentando ser engraçado para chamar a atenção da pesquisadora/jogadora. No quarto print, o jogador “Raph” a convida para ser integrante de seu time e diz que o jogador

“Gust” gostou dela. Neste ponto, parece que ele era quem realmente gostaria de chamar a atenção da pesquisadora/jogadora.

No quinto print, o que parecia um movimento de flerte, ainda que invasivo e desconfortável, passa a ser uma situação de assédio, quando o jogador do time adversário “waLLPR”, ao final da partida, lança um “dlc” se referindo à pesquisadora/jogadora. O termo é uma abreviação para “delícia”, que se refere aos corpos demonstrando desejo ou interesse sexual, corroborando com a sexualização e dominância masculina sobre os corpos femininos.

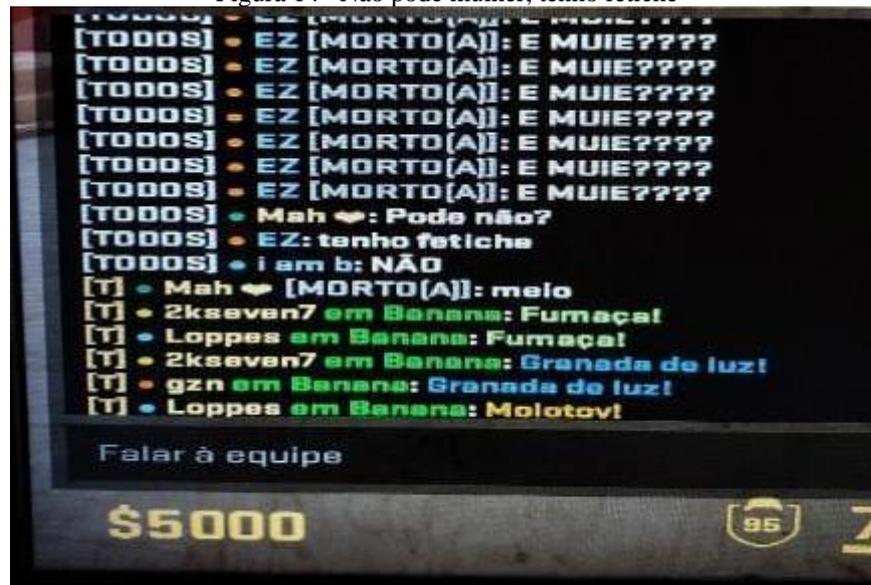
O mesmo tipo de assédio foi repetido outras vezes, mas uma vez específica foi combinado com a palavra “morre” com um toque de desprezo e desejo. Parecia que a diversão não era apenas em vencer a partida, ou matar alguém na partida, mas uma diversão sexual, que evidenciava a execução de poder e domínio sobre “o corpo feminino morto”. Notava-se um prazer sexual em matar a mulher do time adversário, disparando a frase: “Morre, Mah. Delícia!”.

A frase anterior foi proferida por um jogador chamado na partida de “FALA CMG BB”, nick que traz o sentido de flerte ou insinuação de convite íntimo, foi desviada auditivamente por outras falas e pelo elogio de alguns jogadores, que disseram que a pesquisadora/jogadora havia jogado bem. Em seguida, a pesquisadora/jogadora também foi elogiada pelo próprio “FALA CMG BB”.

A pesquisadora/jogadora agradeceu os elogios e, em seguida, o jogador “FALA CMG BB” fingiu surpresa ao ouvir a voz feminina. Ele diz: “Nossa! É mulher mesmo”, e a pesquisadora/jogadora respondeu: “Sou sim!”. O momento do assédio não foi ouvido durante a partida, só depois, durante as análises realizadas para a escrita desse texto, foi percebida a insinuação sexual do jogador. Por esse motivo, durante a partida, a pesquisadora/jogadora apenas agradece os elogios. Isto é importante, pois fica claro como, durante essas interações, as jogadoras podem até não se dar conta do que é proferido contra elas, pois pode ocorrer de forma sutil e até mascarada, como vemos o jogador que comete o assédio e em seguida elogia a performance da pesquisadora/jogadora no jogo.

Ainda neste ocorrido, é possível ouvir alguns jogadores se divertindo com a situação, inclusive um deles faz uma piada irônica sobre a pesquisadora/jogadora não ser uma mulher e possuir um “jegue entre as pernas”, insinuando que ela possuiria um órgão genital culturalmente entendido como masculino. No final, o jogador “FALA CMG BB” ainda solta um gemido em resposta a toda a situação e assim corrobora ainda mais com sua posição sexista. Mais uma situação de assédio ocorreu via chat, evidenciada na figura 14.

Figura 14– Não pode mulher, tenho fetiche

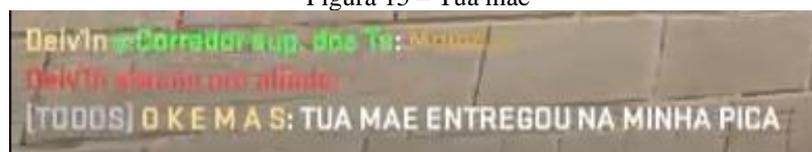


Fonte: Dados gerados pela autora (2024).

A figura 14 mostra o chat do jogo durante uma das partidas realizadas. Nele, um dos jogadores insiste repetidamente em perguntar se é uma mulher que está jogando, ação provavelmente impulsionada pela foto feminina no perfil da pesquisadora/jogadora. Em seguida, ela pergunta: “Pode não?” E ele responde: “tenho fetiche”. Depois, um terceiro jogador ainda enfatiza com um “Não”, referindo-se à pergunta anterior, dizendo que não pode ser mulher e estar jogando. Aqui fica claro como a presença feminina no jogo desperta curiosidade, desejo e desprezo ao mesmo tempo.

O desprezo ao feminino também pode ser observado quando os jogadores utilizam ataques direcionados às mães de outros jogadores, como ocorreu durante uma partida em que alguns jogadores se irritaram com um participante do time adversário e começaram a ofendê-lo, dizendo que ele falava muito, mas jogava pouco; que não deveria ter frequentado o colégio; e então passam a ofender sua mãe, dizendo que não deveria ter uma ou que ela seria uma drogada. O jogador atacado ainda revida e diz: “Sou seu irmão, não, filho”. O mesmo tipo de ataque pode ser visualizado na figura 15.

Figura 15 – Tua mãe



Fonte: Dados gerados pela autora (2024).

A figura 15 apresenta mais um print do chat durante as partidas, no qual um dos jogadores havia dito que o time adversário tinha entregado a partida, ou seja, teriam desistido,

facilitado a derrota. Então, um dos jogadores provocados respondeu: “Tua mãe entregou na minha pica”. Mais uma vez proferindo uma ofensa à figura feminina da mãe, dessa vez com um teor sexual. Aqui percebemos como o ataque à mãe do adversário torna-se uma arma utilizada para chateação dos jogadores, além de representar e reforçar o desprezo ao feminino não apenas relacionado à presença de jogadoras, mas também dentro de uma estrutura social mais ampla.

Outro ponto a destacar é que parece algo comum a utilização de *nicks* que explicitam ideias de cunho sexual de forma clara e às vezes camuflada. Esses *nicks* são, na maioria das vezes, adotados em perfis masculinos na plataforma. Podemos observar alguns deles na figura 16.

Figura 16 – Nicks no Counter-Strike



Fonte: Dados gerados pela autora (2024).

A figura 16 traz alguns nicks visualizados durante as partidas jogadas. Um desses nicks é “Bruce Bruceta” e “Brucelaudo”, que são nomenclaturas camufladas e pejorativas referentes à “Boceta”, demonstrando desdém e ridicularização do órgão sexual culturalmente entendido como feminino. No caminho contrário, temos o nick “Marr3ta pr3ta” que se refere ao órgão sexual masculino, mas aqui não existe desdém, mas percebemos uma valorização do mesmo trazida pela palavra “marreta” que se refere a um cabo comprido, fazendo referência à supervalorização e masculinização do órgão sexual grande.

Ainda temos os nicks “Seduzo sua esposa” e “Tisujiro Kimimame”. O primeiro, de forma mais clara, traz uma conotação machista ao colocar a mulher em uma posição de objeto a ser seduzido, conquistado e tomado, além de possuir um teor provocativo a outros homens que poderiam se sentir ofendidos com essa colocação, e assim reduz ridiculamente a mulher, seu senso crítico, sua capacidade de escolha e independência. E o segundo, de forma camuflada, faz referência à ação de sexo oral. Esse nick, por sua vez, demonstra a forma como a mulher é percebida naquele espaço, como um objeto sexual ou um objeto realizador de pedidos sexuais.

A sexualização da mulher nesse ambiente é uma característica muito forte, os jogadores flertam a todo momento, assediam e provocam as mulheres como se pertencêssemos a eles. O que parece é que, quando os homens gamers dizem que mulheres jogam em busca de um namorado ou um parceiro, é apenas uma evidência de seus próprios desejos. As mulheres não são bem aceitas ali e, por algum motivo, as mulheres que jogam bem passam a ser presas sexuais com facilidade. Misoginia, racismo e xenofobia fazem parte dessa subcultura. O ataque às mulheres lá dentro não se restringe apenas às jogadoras, mas também se aplica às mães dos jogadores, evidenciando o ódio ao feminino de forma geral, em vários níveis. Os nicks e as falas dos jogadores corroboram com a ideia de que eles veem as mulheres como objetos sexuais que se dividem em duas camadas: a primeira é o objeto sexual que deve ser expulso do ambiente e a segunda é o objeto sexual que lhes pertence por estarem no seu habitat, o habitat masculino.

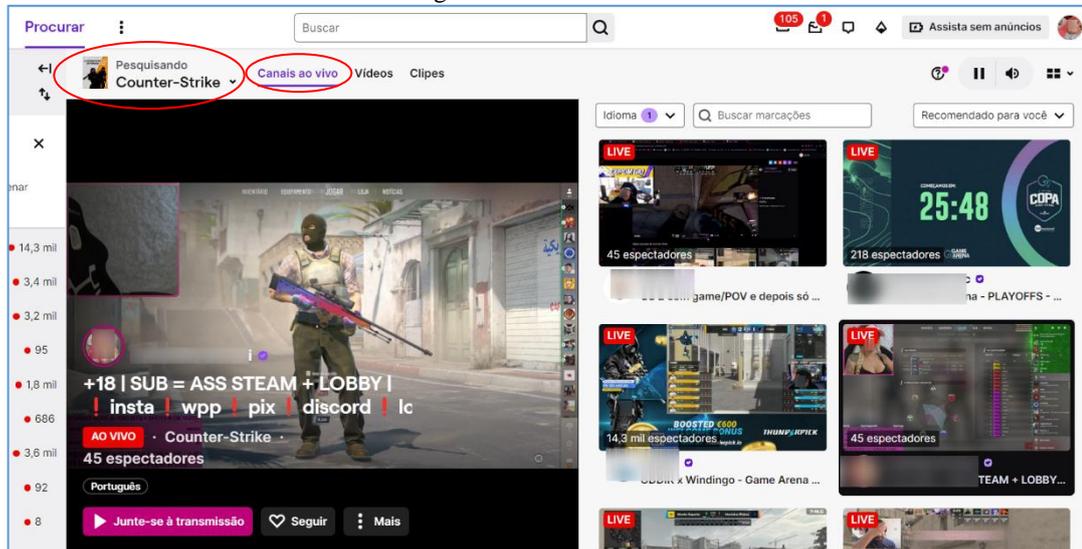
### 3.2.1.3 Etapa 3: Coleta de dados e construção de corpus de pesquisa

A coleta de dados foi realizada no Instagram, *TikTok*, *Twitch* e *YouTube*, por serem as redes sociais em que o fenômeno se apresentava de forma explícita, forneciam um mecanismo de busca e filtragem prático e que apresentava as publicações de forma organizada, possibilitando a navegação e busca de dados sem grandes complicações. Para a execução da coleta em cada rede social, foram adotadas estratégias condizentes com elas a fim de se conseguir o máximo de dados relevantes possíveis.

A coleta na *Twitch* foi feita de forma síncrona, ou seja, enquanto os dados eram gerados, a pesquisadora/jogadora os coletava em tempo real. Buscavam-se, através das ferramentas de filtragem, canais ao vivo de Counter-Strike, de influenciadoras digitais que

mantinham seus canais atualizados, monetizados e com frequência de transmissões. A tela de filtragem da Twitch está apresentada na figura 17:

Figura 17 – Filtro Twitch



Fonte: Dados da autora (2024).

Na figura 17, visualizamos a tela de filtragem da *Twitch*, nela estão destacados os filtros de “canais ao vivo” e “Counter-Strike” possibilitados pela própria plataforma. A partir daí, a pesquisadora acessava os canais de mulheres de forma manual e seguia assistindo uma live por vez, observava as interações no chat da live e interações de voz no vídeo, além das interações do jogo de que a influenciadora participava e transmitia em sua live. Nesta etapa, foram acessadas 32 lives, contabilizando mais de 160 horas de transmissão que foram transformadas em 104 dados a serem analisados.

A coleta do TikTok e do YouTube também contou com a ferramenta de busca da própria rede, mas por meio de palavras-chave que correspondiam ao fenômeno de pesquisa. Nestes, foram acessados 1.381 vídeos que foram filtrados manualmente pela pesquisadora, resultando em 38 dados coletados.

Já no Instagram, a coleta foi realizada a partir de perfis pessoais de influenciadoras digitais jogadoras de Counter-Strike, através de 3.112 publicações que passaram pela filtragem manual da pesquisadora e contabilizaram 286 dados coletados para pesquisa. No quadro 1, estão apresentadas as quantidades de dados acessados e coletados em cada uma das redes sociais.

Quadro 1– Coleta de dados

Twitch	32 lives	104 prints
Tik Tok	198 vídeos	5 vídeos
Youtube	1.183 vídeos	33 vídeos
Instagram	3.112 publicações	44 vídeos/ 341 prints
Total	4.525	527

Fonte: Dados gerados pela autora (2025).

O quadro 1 apresenta a quantidade de dados trabalhados na pesquisa, especificando entre redes, dados acessados e coletados, e seu tipo. Foram acessados 4.525 dados, coletados 445 prints e 82 vídeos, totalizando 527 dados que foram submetidos à análise.

A coleta abarcou dados de agosto de 2016, por ser o ano mais antigo, com fluxo relevante encontrado e acessado no corpus, e seguiu até junho de 2024, que foi a data limite para que esse trabalho se tornasse viável, resultando em um corpus construído por 9 anos.

É importante mencionar que, embora tenhamos focado nos dados sobre o jogo Counter-Strike, nossa coleta também nos trouxe fragmentos de jogos com a mesma proposta, tiro em primeira pessoa, mais conhecido como FPS do inglês “First Person Shooter”. Isto nos permitiu inferir com mais robustez que determinados padrões são compartilhados não apenas na cultura do CS:GO, mas em toda a cultura gamer, principalmente nos jogos hardcore.

#### 3.2.1.4 Etapa 4: Análise de dados

Toda a análise foi realizada com base nos critérios de qualidade netnográficos que são coerência, rigor, conhecimento, ancoramento, inovação, ressonância, verossimilhança, reflexividade, práxis e mistura.

Para o desenvolvimento desta etapa, apoiamos-nos na perspectiva dos estudos pós-estruturalistas guiados pelos trabalhos de Judith Baxter, que propõe um método analítico de discursos capaz de evidenciar as negociações de poder que ocorrem corriqueiramente em diversos contextos. A análise de dados escolhida para a realização da pesquisa foi a Análise de Discurso Pós-estruturalista Feminista (ADPF).

### 3.3 ADENTRANDO A ANÁLISE DE DISCURSO PÓS-ESTRUTURALISTA FEMINISTA (ADPF)

Em princípio, aplicada a estudos na esfera educacional ou empresarial (Baxter, 2003), a análise de discurso pós-estruturalista feminista se apresenta como uma escolha inovadora e adequada ao que o nosso trabalho propõe. Sendo aqui aplicada ao novo contexto

cibernético (Haraway, 2000), no qual buscamos evidenciar como a prática digital de mulheres *gamers* pode ser entendida como um ato de resistência (Haraway, 1997) em meio a uma arena de negociações de gênero, na qual por vezes elas são subjugadas e outras vezes agem com subversão (Baxter, 2002; Baxter, 2003; Baxter, 2014).

A análise de discurso pós-estruturalista feminista deve ser entendida como uma crítica desconstrutiva (Baxter, 2017) e um impulso libertário para vozes marginalizadas, evidenciando a diversidade de pontos de vista existentes no meio do contexto discursivo (Baxter, 2003; 2009).

Esse impulso libertário será visualizado a partir da autoconsciência dos sistemas de dominação e modulagens que nos foram impostos pelos discursos dominantes (Butler, 2017). Isto quer dizer que esse tipo de pesquisa se propõe ao conhecimento e reflexão de forma contrária às caracterizações dos discursos dominantes que definem nossas práticas e desejos, resultando em um ato de resistência (Baxter, 2002; 2008; 2003).

### **3.3.1 Pós-estruturalismo e o pós-estruturalismo feminista**

O pós-estruturalismo, assim como o feminismo, é uma filosofia em que diversas vozes coexistem e se relacionam entre si, o que resulta na disseminação de diferentes correntes dentro desta mesma filosofia. Estas correntes do pós-estruturalismo, embora divergentes, compartilham a ideia da quebra de verdades e causas universais, grandes narrativas e acreditam na construção do sujeito discursivo (Baxter, 2003).

Partindo dos ideais do pós-estruturalismo, o pós-estruturalismo feminista defende que reconhecer e ser reconhecida como mulher é um reflexo dos diversos moldes dos discursos (Baxter, 2003) em que são constituídos os corpos, o gênero (Haraway, 2000; Butler, 2000; Butler, 1990) e até mesmo o que conhecemos como sexo (Butler, 1990) e renega a fixação de significados sociais à sua própria imagem (Baxter, 2003).

Baxter (2003) ressalta que realizar uma pesquisa pós-estruturalista feminista pode ser vista como algo desafiador, pois a sua própria nomeação, definição e investigação de problemas que envolvem diretamente a definição cultural de gênero como determinante dos tipos de corpos e definidores do que é ser mulher parece um tanto problemático, já que a ideia pós-estruturalista é desvencilharmos das definições, dualismos e determinações predeterminadas culturalmente. Porém, é necessário que esse paradigma seja mais bem compreendido, seja visto como uma abordagem menos defensiva, valorizando as multifaces e a resiliência do próprio feminismo que mantém uma relação interseccional com seus

princípios fundadores, mas que se reconfigura, critica e aprofunda-se em novos pontos de vista e entende que esse tipo de pesquisa é imprescindível para que a mudança seja alcançada.

O pós-estruturalismo feminista não exclui a realidade já vivida ou imposta, nem mesmo as experiências subjetivas dos sujeitos relacionadas às suas predefinições e categorizações (Baxter, 2008), pois estes artefatos dão sentido e explicam suas vidas e as formas pelas quais os discursos de gênero seguem estruturando as relações sociais (Angouri; Baxter, 2021).

Assim, como defende Baxter (2002; 2008; 2003), apoiamo-nos na perspectiva pós-estruturalista feminista, porém, e justamente por isso, não descolaremos o caminho das ideias pós-estruturalistas e nem dos estudos feministas já realizados a partir de outros pontos de vista, ondas ou fases, pois ignorá-los seria dispensar saberes influentes e inter-relacionados.

Outro ponto a ser destacado por Baxter (2003) é a característica do pós-estruturalismo não defender causas universalizantes, o que pode nos causar uma sensação de desconforto e até nos colocar em uma situação paradoxal, já que a emancipação de todas as mulheres, como é buscada pelo feminismo, seria justamente uma causa universal. Mesmo que essa causa seja válida e necessária, pode ser entendida como contraditória às ideias pós-estruturalistas.

Porém, isso não deve ser visto de forma conformada ou com aceitação, devemos fugir de estereótipos e concepções niilistas e entender que o pós-estruturalismo é uma coleção de insights variados e discursos autorreflexivos que buscam conexão, reconhecimento, flexibilidade, multiplicidade, ação e mudança social. Com fundamento nisto, as pesquisas pós-estruturalistas podem apoiar projetos que moldam novas realidades, articulando visões de futuro com o objetivo de transformações significativas.

Baxter (2003) sugere que esse impasse seja então resolvido através da incorporação de um projeto desconstrutivo que possibilite aos pesquisadores uma melhor consciência de suas limitações e abertura a novas possibilidades de comportamentos autossabersivos em suas pesquisas e luta feminista, com a responsabilidade e cuidado necessários ao lidar com as relações de poder de forma que não se fortaleça ainda mais a posição daqueles que se encontram em vantagem no contexto discursivo.

A desconstrução surge então como ferramenta de resistência que possibilita a identificação dos mecanismos de diferenciação de gênero, em qualquer tempo e lugar, seu entendimento e sua mudança ou reconstrução. Ela contribui para a luta feminista através da exposição de aspectos únicos e práticas de diferenciação de gênero em contextos específicos e

locais, revelando como os discursos dominantes produzem sincronicamente tensões e conexões com discursos concorrentes (Baxter, 2003).

Baseando-se em Bakhtin (1981), Derrida (1981) e Foucault (1980), a autora ainda destaca que devemos focar no funcionamento opressivo dos discursos de diferenciação de gênero, ouvindo as vozes silenciadas ao lado das dominantes, atormentando e derrubando o status quo, pois este é o objetivo base do pós-estruturalismo.

A diferenciação de gênero é um ponto crucial a ser desconstruído pelo pós-estruturalismo feminista, pois é responsável pelas desigualdades dentro das relações de gênero nos mais diferentes tempos e lugares (Baxter, 2003; 2009). Como no caso da diferenciação de gênero que produz desigualdades para mulheres negras da periferia brasileira, muçulmanas ou indígenas, da mesma forma que essas amarras variam de tempos em tempos, já que a cultura é fluida e, por conseguinte, os discursos de igualdade também variam diante de cada contexto existente.

Essa corrente teórica debruça-se sobre as variadas formas de realidades subjetivas que são possibilitadas às mulheres para descrevê-las e criticá-las, observando as diversas posições de sujeito que correspondem a cada versão de feminilidade, defendendo que as mulheres não apenas são subjugadas, mas assumem posições de sujeito poderosas diante da sua relação interacional com homens (Baxter, 2003).

Neste sentido, embora em situação de desigualdade no que diz respeito às suas posições de poder relacionadas às de homens, as mulheres não são vistas como apenas vítimas do patriarcado, mas resistentes a ele. Aqui são valorizadas as ambiguidades das relações de poder e foca-se nas formas como os discursos dominantes se instituem através da diferenciação de gênero (Baxter, 2017).

### **3.3.2 Concepção da análise de discurso pós-estruturalista feminista**

De acordo com Foucault, discursos são a organização de enunciados pertencentes a uma mesma regularidade que os classificam e os alocam, determinando suas condições de existência, continuidade e desaparecimento (2017), ou seja, são práticas que configuram, selecionam, ordenam e seguem estruturando a vida social, implicando diretamente nas formas e compreensões das realidades (1996).

Essa estruturação social e validação de realidades disponíveis fazem do discurso um lugar onde se exerce poder, pois ele se faz capaz de modular o que pode ou não ser dito, assim como determina as vozes que podem falar e ser ouvidas (Foucault, 2020). Assim, os discursos

constituem um campo de relações de poder que reforça o status quo, as normas e regras sociais. E ainda é capaz de silenciar, maltratar e excluir as vozes que não se enquadram ou não atendem à “normalidade” estipulada (Foucault, 2020; 2001).

Aqui, o poder é entendido como algo que é impossível de ser possuído, mas sim executado. E ele se põe em execução por meio de uma rede de forças que se relacionam e negociam seu uso discursivamente (Foucault, 2020). Nesta rede, não existem apenas indivíduos, mas diversos atores capazes de interferir nas formas como uns se relacionam com os outros (Latour, 2013).

Ao estarem presentes em meio a esta rede, os indivíduos incorporam as modelagens que lhes são sugestionadas através das relações de poder que operam por meio do discurso e, ao fazerem isso, tornam-se sujeitos (Foucault, 2014). O sujeito é o produto dessas relações que perpassam a sociedade, é construído e reconstruído a partir de processos históricos e socioculturais, não possui essência, é fluido, mutável e assume diversas posições, ora poderosas, ora nem tanto (Foucault, 1972; 2014; 2020).

Judith Baxter (2003) reforça que os discursos são plurais e estabelecem relações de poder e processos de negociação, posicionam os sujeitos e são posicionados. Um sujeito é poderoso e depois frágil, isso faz com que o mesmo sujeito se apresente de forma poderosa em determinado contexto e, de forma alternada, passe a ocupar uma posição de impotência e realize essa troca continuamente (Baxter, 2003).

Nessa linha, a autora define a ADPF como uma abordagem de pesquisa feminista capaz de revelar as formas pelas quais os sujeitos negociam suas posições, considerando seu mundo e os locais que foram postos através de discursos enlaçados e concorrentes. Além disso, esse método de pesquisa considera o gênero como uma arena de luta e exprime a importância da categoria “mulher” para a criticidade feminista sobre as relações de poder, evidenciando as inúmeras posições de sujeito que essa categoria ocupa.

A ADPF preocupa-se em equipar as pesquisadoras feministas com a sensibilidade necessária para identificar, em meio às ambiguidades e aos contextos discursivos, os posicionamentos onde as mulheres são ao mesmo tempo impotentes e poderosas (Baxter, 2003).

Para Baxter (2002; 2003; 2008), esse método de pesquisa se baseia nos princípios de autorreflexividade, abordagem desconstrucionista e foco feminista.

A autorreflexividade pode ser entendida como a declaração, o monitoramento e a avaliação de toda a condução da ADPF. Ela aparece na clara definição das posições dos

praticantes e sua relação com os pressupostos epistemológicos, sempre buscando pensar sobre a análise e o papel de pesquisadora de forma introspectiva e crítica.

Já a abordagem desconstrucionista, com base em Derrida (1973), se refere ao impulso de colocar as coisas sob questionamento, destruindo as construções e estruturas que nos cercam, distanciando-nos do sentido niilista e favorecendo a liberação de possibilidades, desafiando e reconfigurando os significados tradicionais e as estruturas de pensamento estabelecidas para dar espaço a novas formas de pensar e entender o mundo. E, ao fazer isso, a desconstrução nos oportuniza uma visão ampla e complexa dessa realidade.

Quanto ao foco feminista, é importante que se afaste das velhas questões da opressão feminina, dando ênfase à ideia de que as mulheres não são apenas vítimas, mas negociadoras e executantes, na medida do possível, de poder. Deve-se dar sentido às formas como os discursos as posicionam, colocando-as em um lugar de poder, impotente ou uma combinação dos dois. Aqui, busca-se reconhecer as complexidades, ambiguidades e as divergências nas experiências vividas pelas mulheres, evidenciando suas possibilidades de resistência ou reconstrução das práticas sociais (Baxter, 2003).

### **3.3.3 Dimensão sincrônico-diacrônica na análise de discurso pós-estruturalista feminista**

Baxter (2003) sugere que a análise de discurso pós-estruturalista feminista seja realizada dentro de uma dimensão sincrônico-diacrônica, embora nem sempre seja possível. Mas as pesquisas que forem capazes de atender a essas duas condutas poderão dispor de um rico leque de dados e, conseqüentemente, resultados mais amplos.

A dimensão sincrônico-diacrônica, inspirada no modelo funcional de linguagem de Halliday (1989), quando aplicada na ADPF, indica que a coleta e análise dos dados foi realizada de forma síncrona, ou seja, na medida em que os dados foram sendo produzidos, o pesquisador os coletava e analisava, juntamente com a mesclagem de dados diacrônicos, gerados e acessados no decorrer do tempo da pesquisa, ou até anteriores a ela.

A autora defende que a dimensão síncrona possibilita uma análise dos momentos exatos em que os sujeitos negociam suas posições, de forma orgânica e dentro dos diferentes discursos que podem surgir. E a dimensão diacrônica ou genealógica irá complementá-la, possibilitando uma análise dos discursos de determinados grupos ou sociedades como uma prática durante um período.

### **3.3.4 Denotação-conotação na análise de discurso pós-estruturalista feminista**

A denotação e a conotação são utilizadas por Baxter (2003) como um modelo de interpretação e apresentação dos resultados obtidos na pesquisa. A autora apropria-se do trabalho de Barthes (1973, 1977) e aplica os termos na ADPF, explicando que isso possibilita a análise em dois aspectos discretos, mas interligados.

O nível denotativo corresponde à descrição concreta de um texto, um extrato ou discurso, referindo-se com proximidade e detalhamento verbal e não verbal. Aqui destacam-se os postos-chave para atenção e, conseqüentemente, a marginalização de outros. Esse nível fornece os significados superficiais, comuns e funciona como uma base para o surgimento de uma interpretação ou interpretações orientadas teoricamente, pois nesse tipo de pesquisa, os dados podem ser submetidos a mais de um analista, pesquisador ou participante.

Já no nível conotativo, os analistas de ADPF debruçam-se de forma mais investigativa, comentando e interpretando trechos do discurso. Aqui identificam-se forças institucionais ou sociais que parecem estar operando naquele contexto. É neste nível que os pesquisadores irão explorar como os sujeitos são posicionados e reposicionados em meio aos discursos coexistentes. Identificam-se as posições de impotência e de poder que são disponibilizadas.

### **3.3.5 Operacionalização da análise de discurso pós-estruturalista feminista**

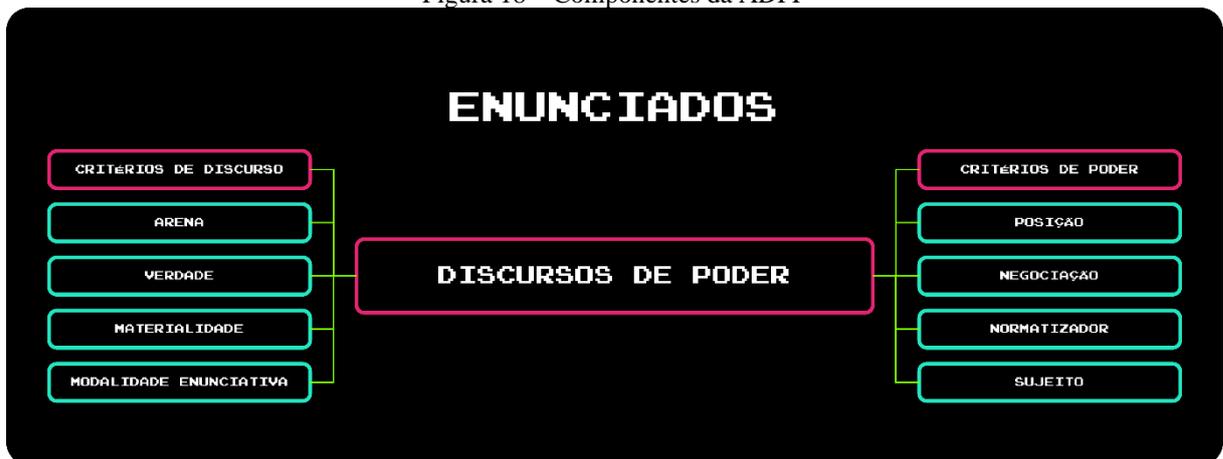
Essa análise deve ser capaz de conversar com a complexidade e abstração dos princípios pós-estruturalistas, alimentando a ideia de complementaridade e desconstrução. Logo, a análise de discurso pós-estruturalista feminista pode ser conduzida através de estratégias inovadoras que sejam capazes de revelar de forma singular a compreensão de questões complexas, evidenciando as incoerências e os sucessos nas diversas experiências femininas ao mesmo tempo que lutamos para destruir as desigualdades de gênero (Baxter, 2003).

Posto isto, e devido ao grande volume de dados, o presente trabalho se debruçou sobre os dados coletados de forma reflexiva na busca por enunciados (Foucault, 2017), que foram organizados em grupos por aproximação de significados através da atribuição de critérios.

Os critérios norteadores da análise foram criados com base em Baxter (2003) e Foucault (2017), além de ideias e concepções que não estão vinculadas a um único autor, mas

fazem parte da abordagem pós-estruturalista. Os critérios foram divididos em dois grupos classificativos. O primeiro são os critérios de discurso e o segundo são os critérios de poder, juntos eles convergem para a revelação de “discursos de poder”, como está apresentado na figura 18:

Figura 18 – Componentes da ADPF



Fonte: A autora (2025).

Os critérios se relacionam e se complementam na construção do significado discursivo. O critério de “arena” está diretamente ligado à “posição”. O critério de “verdade” se liga ao de “negociação”. O critério de “materialidade” ao “normatizador”. E o critério de “modalidade enunciativa” ao de “sujeito”. Dessa forma, sempre haverá a formação da seguinte afirmação: Um sujeito, ao falar com uma modalidade enunciativa, posiciona as mulheres como subjugadas ou subversivas na arena de luta e, por meio de materialidades, negocia verdades que foram normatizadas. Os critérios utilizados para a execução da pesquisa são:

**Enunciados:** são conjuntos de signos, que quando combinados, formam um significado. São agrupamentos limitados, formados a partir de um número finito de elementos que fazem referência a eventos ou situações presentes no discurso. São fragmentos raros que, ao serem submetidos à análise, são capazes de revelar detalhes significativos das relações que envolvem disputa de poder.

**Arena:** refere-se ao espaço, físico ou simbólico, onde se desenrolam as lutas discursivas. Neste contexto, podemos observar a dinâmica de poder exercida por diferentes atores sociais, evidenciando tanto a opressão quanto a resistência. A arena se torna um palco onde as vozes femininas se afirmam, desafiando normas estabelecidas e reivindicando espaços de poder. Através da análise pós-estruturalista, reconhecemos que essas lutas não se

restringem apenas a um local específico, mas se manifestam em múltiplas dimensões da vida cotidiana, como na linguagem, na cultura e nas relações sociais.

**Posição:** corresponde à forma como o sujeito mulher é posicionado, tanto por outros quanto por si mesma, em uma luta discursiva, revela a complexidade de sua identidade. Nos estudos feministas pós-estruturalistas, essa posição é fluida, permitindo que a mulher seja vista tanto em um lugar de subjugamento, onde é submetida a normas sociais opressivas, quanto em um espaço de subversão, onde reivindica sua voz e desafia narrativas dominantes. Essa dinâmica destaca a tensão entre opressão e resistência, enfatizando que a identidade feminina é constantemente reconfigurada em meio a essas lutas, o que a torna uma agente ativa na construção de novos significados e na contestação das desigualdades de gênero.

**Verdade:** são as afirmações/definições que são construídas e legitimadas por discursos socialmente validados, refletindo as normas e os saberes de grupos dominantes na sociedade. Nos estudos pós-estruturalistas, ela é vista como algo frequentemente cristalizado em ideias preconcebidas, como a crença de que existem apenas dois gêneros ou que mulheres não pertencem ao espaço dos jogos online. Essas verdades não são universais ou imutáveis; ao contrário, são produtos de relações de poder que podem ser contestadas e subvertidas. A perspectiva feminista convida a uma análise crítica dessas verdades, revelando como elas perpetuam desigualdades e exclusões, e abre espaço para a pluralidade de experiências e identidades que desafiam essas narrativas limitantes.

**Negociação:** traz o sentido de um processo dinâmico que se manifesta nas práticas discursivas como um meio de poder e resistência. No pós-estruturalismo, ela representa as estratégias que sujeitos utilizam para influenciar, reafirmar ou desafiar relações de poder estabelecidas. A negociação pode envolver a aceitação e a colaboração com determinadas estruturas de poder, assim como a resistência ativa a elas.

**Materialidade:** são formas concretas pelas quais práticas sociais se manifestam e se tornam parte da realidade. Na perspectiva pós-estruturalista feminista, a materialidade destaca a importância do corpo, dos espaços e dos contextos materiais na formação de identidades e nas relações de poder. Essa perspectiva enfatiza que as práticas sociais não são apenas ideias ou representações, mas ações que têm efeitos reais e tangíveis, podendo tanto reforçar quanto desafiar normas sociais.

**Normatizador:** refere-se a qualquer comunidade, grupo ou instituição social que define e impõe padrões normativos na sociedade. Esses normatizadores, que incluem escolas, comunidades de jogos e instituições religiosas, exercem uma influência significativa sobre comportamentos, valores e expectativas, moldando as interações sociais e as identidades dos

indivíduos. Na perspectiva pós-estruturalista, o normatizador pode ser entendido como um regulador, que reproduz relações de poder e desigualdades de gênero.

**Modalidade enunciativa:** refere-se à maneira como algo é apresentado e articulado socialmente, incluindo as escolhas linguísticas e as estruturas discursivas que moldam a percepção de um tema ou identidade. No contexto pós-estruturalista, a modalidade enunciativa pode ser vista como formas de expressão não neutras, carregadas de significados que refletem e perpetuam relações de poder, normas sociais e construções de gênero.

**Sujeito:** refere-se ao "lugar de fala" que um indivíduo ocupa dentro de um discurso. Nos estudos pós-estruturalistas, o conceito de sujeito é sinônimo de posição, ressaltando que a identidade e a experiência de um sujeito são moldadas pelo contexto social em que se insere. Essa posição é dinâmica e não fixa, pois, um indivíduo pode ocupar diferentes papéis em diversas situações. Por exemplo, alguém pode ser um sujeito gamer enquanto joga, um sujeito professora em sala de aula, ou um sujeito mãe amamentando. Essa multiplicidade de posições destaca como as identidades são fluidas e contextualmente dependentes, influenciadas por fatores como gênero, classe e cultura, e como essas variações impactam as vozes e experiências que cada sujeito pode expressar em diferentes contextos.

**Discursos de poder:** são assim chamados por se tratar de forças narrativas mediadoras da execução de poder. São conjuntos de discursos emanados em arenas discursivas, por sujeitos que ocupam posições de submissão ou subversão, que se utilizam de determinadas modalidades de fala para negociar com verdades estabelecidas por normatizadores.

A dinâmica que revela os discursos de poder está representada na figura 19.

Figura 19 – ADPF no CS:GO



Fonte: A autora (2025).

A figura 19 apresenta, de forma lúdica, como os discursos de poder surgem. Observamos que a arena representa o espaço onde as interações acontecem, e os discursos de poder emergem das duas skins, que também são sujeitos e ocupam posições (subjugadas/subversivas). Na parte superior, estão os normatizadores, que são responsáveis por estabelecer e validar as verdades para a sociedade. Já na parte inferior, encontram-se as materialidades, dispostas de maneira a transmitir a sensação de algo concreto, próximo, que podemos ver, tocar e sentir.

Após termos submetido os enunciados aos critérios, foi possível a visualização de discursos de poder, cada um deles representando núcleos relevantes sobre a experiência feminina dentro do contexto estudado. Posteriormente, cada discurso de poder foi exemplificado com um extrato retirado de nosso corpus de pesquisa e submetido às análises conotativa e denotativa, como sugere Baxter (2003).

## **4 ANÁLISE DE DADOS**

Neste capítulo está demonstrada a análise dos dados. Iniciamos esta demonstração apresentando os componentes construtivos da análise de discurso pós-estruturalista feminista que são: enunciados; critérios de discurso (arena, verdade, materialidade e modalidade enunciativa); critérios de poder (posição, negociação, normatizador e sujeito). Depois, apresentamos de forma empírica as disputas de poder evidenciadas através do método.

### **4.1 COMPONENTES CONSTRUTIVOS DA ANÁLISE DE DISCURSO PÓS-ESTRUTURALISTA FEMINISTA**

Aqui estão expostos os componentes construtivos da análise de discurso pós-estruturalista feminista. Estes componentes são responsáveis pela estruturação da análise, permitindo-nos identificar as disputas de poder existentes. Os componentes são: enunciados, discursos e poderes. Eles tornam visíveis as dinâmicas dos discursos de poder que permeiam o fenômeno estudado.

#### **4.1.1 Enunciados**

Os enunciados encontrados durante o processo de análise foram nomeados e descritos. Suas descrições visam facilitar a análise e possibilitar uma visão mais precisa sobre os aspectos que eles abordam. Eles estão apresentados no quadro 2.

Quadro 2 – Enunciados

(Continua)

	Enunciado	Descrição
E01	A comunidade é preconceituosa	Evidencia que, além do machismo e da misoginia presentes na comunidade gamer de CS:GO, que afastam mulheres desse universo, também há casos de racismo, homofobia e etarismo. Aqui, frases como "Mulheres merecem ser tratadas assim na porrada" ou "Eu odeio mulher" são comuns e frequentemente ouvidas durante a <i>gameplay</i> .
E02	Feminismo é uma piada	Aborda como características e símbolos feministas são frequentemente tratados com zombarias e desprezo dentro da comunidade gamer. Essa atitude se manifesta em comentários que desvalorizam a expressão da feminilidade e a liberdade de escolha das mulheres. Exemplos incluem afirmações de que apenas "homens sujos" ou "homens imaturos" se sentem atraídos por mulheres que escolhem não depilar as axilas, ou tentativas de desestímulo a discussões, movimentos e postagens sobre a inclusão feminina na comunidade. Para este enunciado, no nosso corpus de pesquisa, algumas frases que demonstram a raiva e o ataque a feministas na comunidade são: "Fala que você é feminista que eu vou te chamar de piranha mais uma vez"; "Aí que meda da feminista".
E03	CS:GO é um território de ataques misóginos e machistas	Demonstra que, de forma geral, os jogadores de CS:GO reconhecem este jogo como um dos ambientes onde mais ocorrem situações de machismo e misoginia. Homens frequentemente incentivam esse comportamento, rindo, apoiando ou insultando as mulheres. Além disso, nos deparamos com momentos em que <i>gamers</i> expressam raiva ou frustração ao serem derrotados, mortos ou superados pela habilidade de uma mulher durante a <i>gameplay</i> .
E04	Mulher gamer é estereotipada	Identifica que o estereótipo da mulher gamer é frequentemente associado à obesidade, características masculinizadas ou falta de atratividade. Isso fica claro quando jogadores insinuam que as mulheres <i>gamers</i> devem ser lésbicas, fazem comentários gordofóbicos e demonstram surpresa quando elas se encaixam no padrão de beleza atual, como ao dizerem: "Nunca diria que ela é jogadora de CS:GO, tão bonita assim" ou "Duvido nada que seja uma gorda".
E05	Mulheres <i>gamers</i> são atacadas	Evidencia as situações frequentes em que mulheres se tornam alvo de ataques machistas e misóginos, tanto em partidas de jogos online quanto em transmissões ao vivo e redes sociais. Esses ataques se manifestam de diversas formas, que vão desde comentários desrespeitosos e assediadores até hostilidade explícita, com o intuito de desestabilizar e deslegitimar a presença feminina nesses espaços. Exemplos desses abusos incluem frases como: "É mulher, expulsa ela"; "Mulher não foi feita pra jogar, não, ô piranha"; "Vai tomar no cú, abusada"; "Opa, tu é uma puta?"; "Cachorra"; "Vagabunda"; "Odeio mulher, então cala a tua boca aí"; "piranha", cala a boca, sua vaca", "vai comprar um forno"; "baleia", "Moça, vai pra cozinha que eu estou com fome, faz uma jantinha pra nós, aí"; "Gordona"; "Sua baleia orca, puta"; "O filme Free Willy foi inspirado em você"; "Sua burra do caralho"; "vai fazer um regime"; "Vai lavar roupa"; "Grava isso aqui também, sua puta vagabunda"; "Posso te espancar?"; "Cadela"; "Filha da puta"; Essa biscate, tá me matando. Eu nunca morri para a menina em nenhum jogo!"; "Você é feia, mas você quebra um galho porque você joga bem".
E06	Mulheres não podem jogar	Corroborar com a ideia de que o mundo dos <i>gamers</i> , historicamente construído como um espaço de exclusividade e privilégio masculino, não foi projetado para incluir mulheres e, portanto, tende a resistir à sua presença. Essa perspectiva reflete uma cultura enraizada que perpetua estereótipos de gênero e marginaliza as jogadoras, criando um ambiente hostil onde suas habilidades e contribuições são frequentemente desconsideradas ou desvalorizadas. Exemplos incluem frases como: "Mulheres não podem jogar, é só homem porra"; "CS é para os homens de verdade, é por isso que mulher não joga CS"; "Mulheres não sabem jogar"; "Nunca vi mulher boa".

Quadro 2 – Enunciados

(Continuação)

E07	Mulheres são xingadas nos games	Palavras ofensivas são direcionadas às mulheres durante a gameplay, piadas sexistas e desmoralizadoras são constantemente feitas, e ataques pessoais são usados como uma forma de minar sua confiança e presença no ambiente. Além disso, comentários objetificantes e desqualificações relacionadas ao gênero são comuns, criando um ambiente tóxico que desencoraja a participação feminina.
E08	Mulheres têm jogabilidade desvalorizada	Este enunciado destaca que a jogabilidade das mulheres é frequentemente prejudicada por homens que sabotam suas ações e criam obstáculos durante as partidas. Esses comportamentos se manifestam de diversas formas, como quando jogadores masculinos bloqueiam o caminho das jogadoras com seus avatares, pressionando suas personagens contra paredes, ou atacando deliberadamente suas companheiras de equipe, resultando em mortes ou ferimentos intencionais, conhecidos como “team kill”. Esses atos muitas vezes levam as jogadoras a serem banidas ou expulsas das partidas. Exemplos disso incluem frases como: 'Vai, piranha, morre logo' (repetidamente); além disso, a habilidade das jogadoras é constantemente questionada, com muitos homens duvidando da capacidade feminina de jogar bem. Quando uma mulher joga bem, frequentemente surgem comentários como: “Ela já está na liga feminina, que já é abaixo do comum”; “Você é homem?”; “Eu estou carregando vocês, sem mim esse time não é nada”; e “É mulher mesmo? Matando mais?”.
E09	Minorias são usadas como contra-ataque	Mostra as situações em que indivíduos são alvos de ataques durante lives e gameplays, demonstrando um comportamento reativo que frequentemente se manifesta na forma de comentários desrespeitosos e agressivos. Esses ataques não se restringem a uma única forma de discriminação; pelo contrário, abrangem uma gama alarmante de preconceitos, incluindo ataques às características corporais, racismo, homofobia, gordofobia e machismo. Esses ataques podem ser acessados através das frases: "Pretinho, negrinho"; "Expulsa esse mongoloide"; "Sai da frente, viado"; "Minha mãe está aqui no meu quarto querendo dar para alguém, alguém quer comer?"; "Viado do pau pequeno, né, só pode"; "Cuzão da tua mãe, oh, caralho"; "Arregacei o cú da tua mãe. [...] Tu se fodeu porque já era arregaçado"; "Vai colar velcro, caralho"; "Parece uma bicha jogando"; Esse aí não deve nem ter mãe e deve ser drogada pelo jeito”.
E10	Conotação sexual faz parte das piadas gamers	Destaca que a cultura gamer promove uma abertura e valorização de piadas de conotação sexual. Nesse contexto, influenciadoras <i>gamers</i> criam conteúdos e memes que exploram esse teor sexualizado, incorporando humor e provocação em suas redes sociais, transmissões ao vivo e vídeos.
E11	Homens gamers fingem ser mulheres de forma sexualizada	Expõe as ocasiões em que homens utilizam aplicativos de voz para feminilizar suas vozes e adotar um comportamento sexualizado durante as interações em jogos. Esse tipo de atitude reflete uma tentativa de se apropriar da feminilidade de forma superficial e revela um contexto em que a sexualização se torna um instrumento de gozação e desconforto.
E12	Lives de CS:GO no Steam são predominantemente masculinas	Este enunciado afirma que a maior parte das lives do jogo <i>CS:GO</i> na <i>Twitch</i> são realizadas por homens, refletindo uma predominância masculina no espaço de transmissão e interação dentro da plataforma.
E13	Machista não leva bam	Refere-se às ocasiões em que <i>gamers</i> expressam a percepção de que o banimento de indivíduos denunciados como machistas na <i>Twitch</i> é uma ocorrência rara. Muitas vezes, durante momentos de ataque ou assédio, as mulheres jogadoras ressaltam a dificuldade que enfrentam em obter respostas adequadas da plataforma, lembrando da falta de responsabilidade da <i>Twitch</i> em lidar com essas situações de forma eficaz.

Quadro 2 – Enunciados

(Continuação)

E14	Mulheres <i>gamers</i> devem se esconder	Expõe as situações em que usuários oferecem "soluções" simplistas para que as jogadoras evitem sofrer machismo, sugerindo que elas joguem com o microfone e o fone de ouvido desligados, adotem nicks masculinos ou até mudem de jogo para escapar do assédio.
E15	Mulheres se camuflam	Aborda a realidade em que muitas mulheres se sentem obrigadas a se passar por homens para poderem jogar sem enfrentar ataques e assédio. Para contornar a hostilidade frequentemente dirigida às jogadoras, elas adotam nicks masculinos, criam contas falsas e ajustam seu comportamento para se alinhar às expectativas de uma comunidade predominantemente masculina.
E16	A comunidade é uma piada	É encontrado nos momentos em que os próprios participantes da comunidade fazem piadas com algumas características estereotipadas da comunidade gamer, neste caso, a comunidade de Cs, como quando dizem que "homens <i>gamers</i> não namoram", "Os homens honestos nos jogos digitais são agressivos", ou quando falam que "mulheres jogadoras de Cs não se casam".
E17	Influenciadoras <i>gamers</i> se sexualizam	Aborda as situações em que influenciadoras <i>gamers</i> optam por sexualizar suas imagens durante lives ou em suas redes sociais, utilizando legendas provocativas, piadas sugestivas e roupas que acentuam partes de seus corpos de maneira sexualizada.
E18	Jogadoras são pika	Demonstra o uso de adjetivos masculinizados para elogiar jogadoras dentro da comunidade gamer, evidenciando uma dinâmica que, embora aparentemente positiva, pode perpetuar estereótipos de gênero. Expressões como 'A mais pika' e 'Ficou pika' ilustram como termos tradicionalmente associados à masculinidade são utilizados para reconhecer a habilidade e o desempenho das jogadoras. Da mesma forma, expressões como 'Timão da porra' e 'Meu time é pika' reforçam a ideia de que o valor e a competência no universo dos games ainda são frequentemente avaliados por padrões masculinos.
E19	Jogadores se omitem por medo	Mostra os momentos em que os jogadores se omitem diante de ataques machistas e misóginos durante as partidas e transmissões ao vivo contribuem para a criação de um ambiente tóxico, que perpetua a violência verbal e a desvalorização das mulheres no universo gamer.
E20	Influenciadoras <i>gamers</i> são corpos belos	Destaca como os corpos femininos e <i>gamers</i> são respeitados e elogiados quando se enquadram no padrão de beleza atual. Da mesma forma, os times femininos de CS:GO são admirados pela beleza das jogadoras.
E21	Masculinidade tóxica é um padrão no CS	Revela a presença de uma masculinidade hegemônica que se impõe como norma e ataca e marginaliza homens que não se encaixam em seus padrões rígidos. Essa forma de masculinidade é caracterizada por comportamentos grotescos e agressivos que exaltam a sexualidade masculina enquanto desvalorizam a feminina, frequentemente manifestando-se em piadas e comentários depreciativos sobre órgãos sexuais femininos.
E22	Mulheres <i>gamers</i> são assediadas	Expõe as vezes em que as mulheres <i>gamers</i> passam por situações de assédio durante sua <i>gameplay</i> , lives ou em suas redes sociais.
E23	Ataque ao feminino é fetiche	Sugere como homens frequentemente demonstram prazer em atacar mulheres no universo gamer, uma dinâmica evidente em suas interações durante as partidas. Esse comportamento se torna ainda mais claro quando eles deliberadamente sabotam a jogabilidade das jogadoras, expressando satisfação ao rir, fazer piadas e lançar ataques verbais. Além disso, muitos adotam uma postura de stalker, observando e comentando de maneira desrespeitosa e invasiva sobre a imagem da jogadora. Comentários como: "Nossa, ele abriu meu perfil, que risada estranha. Que risada esquizofrênica. Tu parece uma stalker aí, seu estranho!" ilustram o desconforto de uma jogadora diante do comportamento abusivo, que desvaloriza suas habilidades e transforma a humilhação em uma forma de diversão para o agressor.

Quadro 2 – Enunciados

(Continuação)

E24	Mulheres são objetificadas	A objetificação das mulheres no universo gamer se manifesta em comentários que as reduzem a objetos sexuais sempre dispostos sexualmente.
E25	Imagem é o que importa	Destaca a maneira como homens frequentemente avaliam a imagem de jogadoras no universo dos games, revelando uma dinâmica que mescla apreciação superficial com o reconhecimento de habilidades. Em diversas ocasiões, observa-se comentários que desmerecem a aparência da jogadora, como afirmar que ela é "feia, mas quebra um galho porque joga bem", o que reduz suas habilidades a um critério secundário e perpetua a ideia de que a aparência deve ser um fator determinante em seu valor como gamer.
E26	Influenciadoras <i>gamers</i> trans são desejadas	Evidencia que homens manifestam interesse romântico e sexual nas redes sociais de influenciadoras <i>gamers</i> , incluindo as mulheres trans. Essa dinâmica se reflete em comentários, mensagens e interações que, muitas vezes, misturam elogios à habilidade no jogo com expressões de atração.
E27	Mulheres devem realizar tarefas domésticas	Aborda as situações em que as mulheres são reduzidas a estereótipos de gênero que as limitam a papéis tradicionais e preconceituosos, como cuidadoras e responsáveis pelas tarefas domésticas.
E28	Mulheres <i>gamers</i> são reprimidas	Representa as vezes em que membros da cultura gamer desmerecem ou minimizam os sentimentos das mulheres que foram atacadas durante lives ou partidas, tratando suas experiências como insignificantes ou exageradas. Tais declarações, geralmente proferidas por outros jogadores ou membros da comunidade, buscam deslegitimar as reações das mulheres, sugerindo que elas deveriam simplesmente ignorar os ataques. Frases como "Ah, vai chorar? Vai chorar só por causa de um jogo? Não pode dar moral pro que eles falam", "Ah, tem que saber que tem muita gente tóxica, é isso que já é de se esperar", ou "Tem que saber lidar, não pode ficar de chororô" minimizam as agressões sofridas e impõem uma expectativa irreal sobre como as mulheres devem lidar com a hostilidade no ambiente digital. Comentários como "Às vezes nem joga bem mesmo" ou "Não é meme?" desqualificam ainda mais a experiência da mulher.
E29	Mulheres <i>gamers</i> são desejadas	Demonstra que homens desejam jogadoras durante suas lives, partidas e postagens nas redes sociais. Isso fica evidente nas declarações de amor, como "Estou apaixonado!" ou "Meu Deus, que linda e ainda joga CS", que revelam tanto elogios quanto um desejo romântico.
E30	Mulheres se sentem impotentes	Ressalta as experiências de mulheres <i>gamers</i> que frequentemente se sentem impotentes diante dos ataques e assédios recorrentes que enfrentam dentro da comunidade gamer. Essas situações de hostilidade, que podem manifestar-se através de comentários depreciativos, assédio verbal e até sabotagens durante as partidas.
E31	Ataque ultrapassa os limites digitais	Evidencia que homens atacam mulheres games pessoalmente. Isto é visto quando o abuso ocorre em eventos ou campeonatos presenciais, as jogadoras muitas vezes enfrentam situações de humilhação e assédio e revelam uma cultura de desrespeito e hostilidade.
E32	Ataques são expostos	Diz que influenciadores expõem situações de ataques direcionados a jogadoras durante jogos, transmissões ao vivo e conteúdos compartilhados em suas redes sociais. Em resposta a esse cenário, muitos deles produzem vídeos de reação que comentam sobre esses episódios e pedem conscientização da comunidade em relação à importância de combater o assédio e a misoginia.
E33	Parte da comunidade faz apologia ao uso de drogas	Refere-se às ocasiões em que influenciadoras <i>gamers</i> , fãs e seguidores fazem uso ou apologia ao uso de drogas durante transmissões ao vivo e nos comentários do chat.
E34	Mulheres são maioria	Evidencia que as mulheres estão em maior número no que diz respeito ao consumo de games no Brasil. Isto é dito em entrevistas e conteúdos nas redes sociais das influenciadoras <i>gamers</i> .

Quadro 2 – Enunciados

(Continuação)

E35	Mulheres são melhores	Jogadores e influenciadores de CS:GO afirmam que grande parte das mulheres se destacam em habilidade e performance, afirmando que, em muitos casos, elas jogam melhor do que os homens.
E36	CS:GO desperta bons sentimentos	Destaca que o jogo Counter-Strike provoca um profundo envolvimento emocional nas jogadoras, que se manifestam de diversas maneiras durante as partidas, campeonatos, transmissões ao vivo e postagens nas redes sociais. Esse envolvimento é visível quando elas expressam orgulho, êxtase e ansiedade, refletindo a intensidade das experiências que vivem no ambiente competitivo.
E37	Bam torna-se autodefesa feminina	Diz que o banimento solicitado por mulheres que foram assediadas ou atacadas de outras formas passa a ser vista como uma forma de defesa das jogadoras.
E38	Comunidade luta por um ambiente inclusivo	Demonstra que parte da comunidade gamer — incluindo times profissionais, influenciadoras e organizadores de campeonatos — está se mobilizando ativamente contra os preconceitos profundamente enraizados na cultura gamer. Essa mobilização ocorre por meio de entrevistas, pronunciamentos, conteúdos, e pela criação de regras claras para uso e participação em redes sociais e eventos, como: “não desrespeitar, evitar toxicidade, xingamentos e preconceito, não promover discursos homofóbicos, evitar temas políticos e palavrões, e manter uma postura respeitosa em lives e chats”.
E39	Machistas e misóginos são enfrentados	Aborda a prática das jogadoras de expor publicamente os nomes e perfis de homens que se comportam de maneira machista e misógina durante suas transmissões ao vivo e sessões de gameplay. (Ao fazer isso, elas denunciam as ações de assédio e instigam uma maior responsabilização por parte dos agressores, ao solicitar que se identifiquem em suas redes sociais, como o Instagram.
E40	Presença feminina impulsionada	Evidencia o ativismo das influenciadoras e dos fãs que valorizam e promovem a presença de mulheres no universo gamer. Eles fazem isso por meio de conteúdos em redes sociais, entrevistas, vídeos e transmissões ao vivo, incentivando mulheres a utilizarem seus próprios perfis e nicks.
E41	Comunidade gamer acolhe pessoas LGBTQIAPN+	Evidencia o ativismo das influenciadoras e dos fãs que apoiam e incentivam a presença de pessoas LGBTQIAPN+ no universo gamer, utilizando suas redes sociais, entrevistas e transmissões ao vivo para promover essa inclusão. Além disso, destaca que jogadoras LGBTQIAPN+ estão ganhando espaço e visibilidade nos times femininos, recebendo indicações, prêmios e títulos como "Melhor Jogadora". Elas também são contratadas para participar de partidas, fazer publicidade para marcas e eventos relacionados a jogos, demonstrando seu valor profissional.
E42	Mulheres gamers são defendidas	Diz que influenciadores digitais e jogadores de CS têm desempenhado um papel fundamental na defesa das mulheres reagem a ataques machistas e misóginos, tanto durante as partidas online quanto por meio de seus conteúdos nas redes sociais. Esses indivíduos criam e compartilham conteúdos que expõem o assédio, ao mesmo tempo em que se posicionam de forma ativa para combater a ideia de que o jogo é um espaço exclusivo para homens.
E43	Influenciadoras gamers são exaltadas	Mostra que as influenciadoras gamers vêm sendo cada vez mais valorizadas pela comunidade, recebendo reconhecimento por meio de indicações e prêmios, apoio em campeonatos e elogios em suas redes sociais. Comentários como "A mais baluda do cenário" são uma forma de reconhecimento do impacto e do talento dessas mulheres no universo dos games. Elas ganham prêmios, são amplamente elogiadas e frequentemente votadas para receber distinções, o que evidencia o crescente apreço e respeito por suas habilidades e contribuições.

Quadro 2 – Enunciados

(Continuação)

E44	Jogadoras profissionais de CSGO inspiram	Evidencia como as influenciadoras <i>gamers</i> tornam-se figuras inspiradoras para outras pessoas da comunidade, no que se refere a entrada de outras mulheres nos games, a escolha de carreira gamer e a participação, enquanto fã, de assistir os campeonatos profissionais.
E45	Figuras importantes incentivam a entrada de mulheres	Aborda as ocasiões em que jogadoras de Counter-Strike compartilham que foram incentivadas a entrar no mundo dos games por familiares masculinos próximos, como pais e irmãos, ou até mesmo por ídolos admirados, como o famoso jogador Fallen.
E46	Homens demonstram respeito	Reflete os momentos em que as mulheres são respeitadas durante as partidas. Essas situações se manifestam quando as jogadoras assumem a responsabilidade de liderar o jogo, demonstrando confiança ao solicitar a melhor arma ou ao indicar o caminho a seguir, e os homens, reconhecendo sua competência, aceitam e seguem suas orientações de maneira respeitosa. Além disso, algumas jogadoras iniciantes recebem apoio e encorajamento por parte de seus colegas, que oferecem dicas e assistência, criando um espaço onde o aprendizado e o crescimento são valorizados.
E47	Influenciadoras referenciam ao feminino	Refere-se às ocasiões em que mulheres <i>gamers</i> expressam sua feminilidade por meio de acessórios e elementos visuais em seus jogos. Exemplos incluem <i>skins</i> personalizadas para armas e luvas, papéis de parede com temáticas femininas e fones de ouvido cor-de-rosa, que destacam essa identidade.
E48	Carreira gamer feminina é difícil	Aborda as dificuldades enfrentadas pelas jogadoras de Counter-Strike que aspiram a transformar seu hobby em uma carreira profissional, reconhecendo que essa transição é repleta de desafios. Além do desgaste emocional e físico inerente à competitividade do cenário gamer, essas mulheres lidam constantemente com preconceitos que deslegitimam suas habilidades e experiências.
E49	<i>Twitch</i> é fonte de renda	Afirma que as mulheres <i>gamers</i> estão aproveitando as ferramentas disponíveis e a plataforma <i>Twitch</i> como fontes de renda e trabalho. Elas transmitem suas partidas e criam um espaço engajador onde interagem com suas comunidades. Além disso, estimulam o envio de doações, como donations e Pix, além de receber presentes de seus seguidores.
E50	Canais na <i>Twitch</i> torna-se um empreendimento	Fala que as influenciadoras fazem de seus perfis na <i>twitch</i> um meio comercial. Ofertam produtos de outras marcas, possuem lojas digitais onde oferecem produtos variados (E.G.) mochilas, camisas, <i>skins</i> . Além de realizarem sorteios, venderem a chance de envio de mensagem por voz durante suas lives ou a participação em grupo de whatsapp. Esse aspecto comercial também fica claro quando vemos que contas banidas preocupam as streamers por terem medo de não receberem "salário".
E51	Influenciadoras utilizam estratégias mercadológicas	Afirma que influenciadoras <i>gamers</i> utilizam-se de ferramentas e estratégias de negócios e marketing para atrair subs, seguidores e inscritos para suas redes sociais. Elas utilizam técnicas como a criação de conteúdo autêntico e interativo, explorando diferentes formatos, como transmissões ao vivo, vídeos tutoriais e postagens inspiradoras que refletem suas personalidades e habilidades no jogo.
E52	Influenciadoras fazem carreira	Demonstra a fala das influenciadoras <i>gamers</i> que passam a realizar trabalhos profissionais a partir de seu hobby e assim seguem carreira como apresentadoras de eventos <i>gamers</i> ou jogadoras profissionais.
E53	Marcas se relacionam com influenciadoras	Ilustra como marcas estão cada vez mais incentivando e utilizando jogadoras <i>gamers</i> como parte de suas estratégias para impulsionar a venda de produtos, ao mesmo tempo em que promovem a valorização feminina dentro do cenário de CS:GO.
E54	Cenário feminino ganha espaço	Refere-se ao aumento de fãs, crescimento e destaque do universo gamer feminino. Isso ocorre quando são realizados eventos e campeonatos femininos, quando os times recebem apoio e investimentos, e quando seguidores se declaram fãs dos times. Este destaque também pode vir através de elogios, vitórias em partidas e campeonatos, e recebimento ou indicação a prêmios.

Quadro 2 – Enunciados

(Conclusão)

E55	Mulheres <i>gamers</i> viram o jogo	Demonstra as vezes em que as mulheres revidam aos ataques realizados por homens durante sua <i>gameplay</i> , <i>lives</i> ou <i>postagens</i> em redes sociais.
E56	Influenciadoras <i>gamers</i> são ativas na política eleitoral	Evidencia a crescente atividade política eleitoral das influenciadoras <i>gamers</i> , que utilizam suas plataformas para expressar abertamente suas opiniões sobre candidatos e questões políticas, influenciando assim a percepção de seus seguidores. Ao afirmar, por exemplo, que não votam em determinadas figuras políticas, como Jair Bolsonaro, essas influenciadoras manifestam suas convicções pessoais e geram discussões e reflexões entre seus fãs.
E57	Discurso é poder	Ressalta momentos em que jogadores enfatizam a importância de discutir e expor o machismo presente nos games, reconhecendo que essa abordagem pode gerar mudanças positivas tanto na cultura <i>gamer</i> quanto na experiência de jogo em si.
E58	Corpos femininos devem ser livres	Refere-se a mobilização de influenciadoras <i>gamers</i> que apoiam a liberdade dos corpos femininos, através de fotos provocativas e sexualizadas em suas redes sociais ou quando explicitamente discursam sobre a liberdade dos corpos femininos.
E59	Influenciadoras <i>gamers</i> são ativistas	Destaca o papel fundamental das influenciadoras <i>gamers</i> como ativistas que promovem a valorização das mulheres, a luta pela igualdade de gênero e o respeito à comunidade LGBTQIAPN+. Elas utilizam suas plataformas para amplificar essas causas, abordando questões sociais cruciais e engajando suas audiências em discussões significativas.

Fonte: Dados gerados pela autora (2025)

#### 4.1.2 Discursos

Os discursos identificados na análise foram organizados e descritos de maneira a esclarecer seus significados e implicações. As descrições destacam os elementos-chave de cada discurso, tornando seus efeitos mais evidentes a partir dos enunciados encontrados. Ao apresentar esses discursos, buscamos proporcionar uma compreensão mais profunda das dinâmicas comunicativas que moldam o contexto estudado. Eles estão apresentados no quadro 3.

Quadro 3 – Discursos

(Continua)

Discursos		Descrição
D01	Agressividade gamer	Destaca a agressividade e o deboche que alguns <i>gamers</i> direcionam às mulheres no universo dos jogos, revelando como essa hostilidade perpetua estereótipos de gênero e reflete uma luta de poder que busca deslegitimar a presença feminina nesse espaço.
D02	Objetificação feminina	Este discurso aborda como as narrativas que atacam e desdenham das mulheres frequentemente reduzem seus corpos a meros objetos, disponíveis para o consumo sexual. Além disso, a adoção de termos masculinizados para "valorizar" as mulheres perpetua uma conotação histórica que associa valor e prestígio ao masculino, subalternizando a experiência feminina.
D03	Indiferença masculina	Discursa sobre a justificativa e a indiferença de <i>gamers</i> que se omitem diante dos ataques a mulheres no universo dos jogos, revelando como essa passividade legitima a violência de gênero, contribui para a manutenção de uma cultura que silencia e marginaliza as vozes femininas. A falta de atitude diante dessas agressões reflete um alinhamento com estruturas de poder que priorizam o masculino, ao mesmo tempo em que desconsidaram a responsabilidade coletiva de criar um ambiente seguro e inclusivo.
D04	Impunidade gamer	Narra a indignação e a tristeza das mulheres que, diante dos ataques machistas e misóginos de alguns <i>gamers</i> , sentem-se inseguras em um ambiente que deveria ser inclusivo. A ineficácia da <i>Twitch</i> em punir de forma contundente os autores dessas agressões perpetua a cultura de hostilidade e marginaliza a experiência feminina.
D05	Alocação feminina	Demonstra o discurso em torno dos games que frequentemente se volta para a exclusão feminina, manifestando-se através de raiva, deboche e reprovação, que sustentam a ideia de que as mulheres devem ocupar papéis limitados na sociedade e atender a padrões específicos de aparência. Essa narrativa reforça estereótipos de fragilidade e conformidade.
D06	Adaptação gamer	Fala das formas pelas quais as mulheres se adaptam à cultura gamer, frequentemente de forma descontraída, ao recorrerem ao uso de drogas, piadas sobre sexo e sobre estereótipos associados aos <i>gamers</i> . Essa adaptação, no entanto, revela um movimento onde as mulheres incorporam determinados comportamentos para se sentirem pertencentes.
D07	Transgressão gamer	Expõe as ações transgressivas das mulheres <i>gamers</i> , que desafiam a cultura predominante ao afirmar sua presença e reivindicar espaços no universo dos jogos. Essas mulheres ocupam esses lugares e lutam ativamente por reconhecimento e respeito, agindo defensivamente contra a marginalização e a hostilidade. Ao fazer isso, elas contestam as normas estabelecidas e redefinem o que significa ser gamer.
D08	Revolta feminista	Este discurso expressa a raiva e a indignação das mulheres <i>gamers</i> que denunciam e rejeitam a exclusão, as agressões e os preconceitos que enfrentam nesse espaço. Ao levantar suas vozes, elas denunciam essas injustiças e reivindicam seu direito de pertencer e ser respeitadas na cultura dos jogos.
D09	Antidiscriminação	Fala sobre as formas defensivas, orgulhosas e motivadoras que a comunidade gamer utiliza-se para minar com as situações de preconceito e exclusão. Essas ações tanto desafiam as dinâmicas opressivas, como promovem uma cultura de apoio e empoderamento, evidenciando a força coletiva na superação das barreiras que marginalizam grupos diversos.

Quadro 3 – Discursos

(Conclusão)

D10	Valorização da feminilidade	Discursa que o feminino se torna válido através de artefatos, estereótipos e corpos que, em vez de serem meramente objetos de consumo, são reinterpretados como fontes de orgulho e valorização. Essa perspectiva desafia as narrativas tradicionais que frequentemente deslegitimam a experiência feminina, promovendo uma visão onde os corpos e as representações femininas são reconhecidos como potentes agentes de identidade e resistência.
D11	Transformando hobby em renda	Esta narrativa enfatiza que mulheres <i>gamers</i> estão utilizando seu hobby como fonte de renda, por meio de canais na <i>Twitch</i> , participação em equipes e campeonatos profissionais, e atuação como apresentadoras, além de firmar parcerias com marcas. Essa nova realidade desafia estereótipos tradicionais e redefine o papel das mulheres na indústria dos jogos, evidenciando sua crescente visibilidade e influência.
D12	Ativismo gamer	Conta como as mulheres <i>gamers</i> atuam ativamente na defesa de minorias, desafiando as normas de exclusão e preconceito na cultura dos jogos. Ao se posicionarem como aliadas e ativistas, elas reivindicam seu próprio espaço e validam a importância da diversidade dentro da comunidade <i>gamer</i> .

Fonte: Dados gerados pela autora (2025).

#### 4.1.2.1 Critérios de discurso

Como mencionado anteriormente, os discursos identificados foram catalogados com base na atribuição de critérios específicos que permitem o agrupamento de enunciados com características e significados semelhantes. A partir dessa categorização, foi possível agrupar os discursos de forma a evidenciar padrões e conexões entre os diferentes enunciados. Os critérios utilizados para essa organização estão apresentados no quadro 4.

Quadro 4 – Critérios de discurso

(Continua)

Critérios de discurso		Descrição
Arena	Comunidade CS:GO	Refere-se especificamente à comunidade do jogo Counter-Strike, englobando jogadores, criadores de conteúdo e espectadores de transmissões ao vivo.
Arena	Comunidade player	Apresenta uma perspectiva mais abrangente, incluindo a comunidade de CS e toda a subcultura gamer. Nesse contexto, encontramos consumidores, jogadores, mulheres, patrocinadores e influenciadores que se conectam de maneira mais ampla à cultura gamer e com outros jogos.
Arena	Mercado de trabalho	Refere-se ao âmbito laboral, onde se estabelecem relações de trabalho, publicidade e parcerias com marcas."
Arena	<i>Twitch</i>	Refere-se à plataforma que oferece transmissões ao vivo e vídeos, incluindo seus regulamentos, ações e padrões de segurança.
Arena	Vida social	Concentra-se na vida cotidiana, abordando questões relacionadas aos corpos e às práticas de ativismo político.
Verdade	Apologia às drogas	Se refere ao incentivo, às discussões favoráveis e ao próprio uso de drogas em transmissões ao vivo.
Verdade	Beleza primordial	Se refere à valorização e à ideia de que as mulheres devem ser consideradas válidas apenas se forem bonitas.
Verdade	Carreira é desafiadora	Diz que seguir uma carreira profissional como gamer sendo mulher apresenta muitos desafios.
Verdade	Reação feminista	Relata que, ao serem atacadas por machistas e misóginos, as mulheres <i>gamers</i> não se colocam na posição de vítimas, mas sim adotam uma postura reativa.
Verdade	CS:GO feminino cresce	Corresponde ao aumento do número de mulheres e equipes femininas profissionais.
Verdade	CS:GO inspirador	Diz que as influenciadoras <i>gamers</i> se sentem inspiradas ou mantêm uma conexão emocional com o CS:GO.
Verdade	Discurso feminista	Fala da importância de discutir o machismo e a misoginia no contexto dos games.
Verdade	Domesticação feminina	Relata que as mulheres devem ocupar papéis específicos de acordo com seu gênero, ser moldadas e educadas para se adequar a esses papéis.
Verdade	Estereótipo gamer	Relata que ser gamer está associado a um padrão socialmente pré-determinado, baseado em preconceitos.
Verdade	Exclusividade masculina	Afirma que o mundo gamer é predominantemente masculino, não aceitando mulheres de forma alguma.
Verdade	Feminino válido	Refere-se à valorização, celebração e ao orgulho do que culturalmente é definido como feminino.
Verdade	Feministas malquistas	Evidencia que os <i>gamers</i> desconsideram ou ridicularizam aspectos feministas, desde suas características até o ativismo associado.
Verdade	Gamer antidiscriminatório	Corresponde às ações de combate e repúdio ao preconceito dentro da comunidade gamer.
Verdade	<i>Gamers</i> ativistas	Diz que as influenciadoras <i>gamers</i> são ativistas.
Verdade	<i>Gamers</i> estratégicos	Fala que as influenciadoras <i>gamers</i> adotam estratégias de marketing.
Verdade	Hobby profissional	Trata da transição do hobby de jogar CS:GO para uma ocupação profissional.
Verdade	Impotência	Corresponde ao sentimento de impotência das mulheres que enfrentam ataques no ambiente gamer.
Verdade	Impunidade	Expõe a ausência de punições por parte da plataforma <i>Twitch</i>
Verdade	LGBTQIAPN+ aceitos	Fala que a comunidade LGBTQIAPN+ é acolhida no mundo gamer
Verdade	Libertação corporal	Aborda a liberdade de escolha, a exposição e a sexualização dos corpos femininos.

Quadro 3 – Critérios de discurso

(Continuação)

Verdade	Maioria feminina	Refere-se ao crescente número de mulheres que chega a superar o número de homens nos games.
Verdade	Masculinização de elogios	Expõe a tendência de masculinizar os elogios direcionados às mulheres <i>gamers</i> .
Verdade	Mulheres bem-vindas	Fala que as mulheres são acolhidas na comunidade gamer.
Verdade	Mulheres superiores	Diz que, muitas vezes, a habilidade das jogadoras supera a dos jogadores.
Verdade	O pessoal não é político	Enuncia a tentativa de evitar a responsabilidade por parte de alguns <i>gamers</i> que se abstêm de agir diante dos ataques às mulheres.
Verdade	Objeto sexual	Fala que as influenciadoras <i>gamers</i> , assim como todas as mulheres, são frequentemente desumanizadas e reduzidas a objetos de satisfação masculina.
Verdade	Piadas sexualizadas	Afirma que piadas de conteúdo sexual são um padrão recorrente no mundo gamer.
Verdade	Sexistas desmascarados	Enuncia a exposição de indivíduos que atuam com machismo e misoginia nos jogos
Verdade	Sexo frágil	Comunica que as mulheres <i>gamers</i> são frequentemente vistas de maneira minimizadora, com a imagem de fragilidade e fraqueza sendo atribuída a elas.
Verdade	Toxidade	Refere-se aos padrões de ataque, desrespeito e preconceito que frequentemente caracterizam a comunidade gamer.
Verdade	<i>Twitch</i> é fonte de renda	Fala que as influenciadoras <i>gamers</i> utilizam a <i>Twitch</i> como trabalho profissional.
Verdade	<i>Gamers</i> estratégicos	Fala que as influenciadoras <i>gamers</i> adotam estratégias de marketing.
Materialidade	Afirmação	Se refere as vezes em que algo é dito de forma afirmativa, buscando evidenciar um fato com clareza.
Materialidade	Apoio	Se volta para as vezes em que as influenciadoras <i>gamers</i> recebem suporte de outros influenciadores, de patrocinadores ou de outros jogadores.
Materialidade	Ataque	Corresponde às vezes em que as influenciadoras sofreram algum tipo de agressão apenas por ser mulher.
Materialidade	Coisificação	Se trata das vezes em que as mulheres <i>gamers</i> são reduzidas a meros objetos sexuais.
Materialidade	Denúncia	Corresponde as ações de exposição e ações de repúdio realizadas por influenciadoras digitais ou por <i>gamers</i> .
Materialidade	Disputa	Trata das formas como as influenciadoras <i>gamers</i> se apresentam indo de encontro a determinado padrão a partir de uma luta discursiva.
Materialidade	Empoderamento	Se trata das formas de validação, motivação e valorização do que é entendido como feminino, incluindo os corpos e a beleza feminina.
Materialidade	Premiação	Trata-se do reconhecimento das jogadoras femininas profissionais de CS por meio da concessão de prêmios e títulos.
Materialidade	Reforço	Corresponde à ação de corroborar ou enfatizar algo que foi mencionado.
Modalidade	Agressiva	Trata de um discurso que apresenta um tom hostil.
Modalidade	Debochada	Refere-se a um discurso de tom zombeteiro.
Modalidade	Defensiva	Corresponde a um discurso de tom reativo.
Modalidade	Descontraída	Ajusta-se ao discurso de tom relaxado, desinibido e humorístico.
Modalidade	Enraivecida	Equivala ao discurso com tom de irritação e indignação.
Modalidade	Entristecida	Reporta ao discurso com tom de descontentamento.
Modalidade	Erotizadora	Trata-se do discurso com tom de sexualização.

Quadro 4 – Critérios de discurso

(Conclusão)

Modalidade	Indiferente	Concerne ao discurso com tom apático.
Modalidade	Justificativa	Equivale ao discurso com tom explicativo, que transmite a ideia de ausência de culpa.
Modalidade	Motivadora	Reporta ao discurso com tom de incentivo e valorização.
Modalidade	Objetiva	Concerne ao discurso com tom neutro, que evidencia uma afirmação e demonstra aceitação.
Modalidade	Orgulhosa	Ajusta-se ao discurso com tom satisfação e alegria.
Modalidade	Preocupada	Equivale ao discurso com tom de inquietação e ansiedade.
Modalidade	Repreensiva	Corresponde um discurso que minimiza os sentimentos femininos.
Modalidade	Transgressiva	Refere-se ao discurso com tom de rebeldia e ousadia.
Modalidade	Validadora	Corresponde ao discurso do consumidor com tom de legitimação.

Fonte: Dados gerados pela autora (2025).

### 4.1.3 Poderes

Os poderes identificados por meio da análise dos dados estão apresentados acompanhados de descrições que visam esclarecer a natureza e a força discursiva de cada um. Essas descrições foram elaboradas para destacar como os discursos exercem poder e como as estruturas de poder se manifestam através das palavras e atitudes presentes nos discursos. Assim, ao apresentar os poderes revelados, buscamos evidenciar as dinâmicas de controle, subordinação ou resistência implícitas nos discursos, tornando mais claro o impacto dessas forças no comportamento e nas interações sociais dentro do cenário estudado. Os poderes estão apresentados no quadro 5.

Quadro 5 – Poderes

Poderes		Descrição
P01	Subjugação feminina na cultura gamer	É a ação de exercer um poder que diminui, deslegitima e ataca as mulheres no mundo gamer.
P02	Armadilha da subjugação	É a ação de exercer um poder sutil, disfarçado, que coloca as mulheres <i>gamers</i> em uma posição submissão, de forma despercebida e reforçando os padrões preconceituosos.
P03	Subjugação feminina no patriarcalismo	É a ação de exercer um poder, extrapolando o mundo gamer, que menospreza, invalida e ofende as mulheres, fundamentando-se em crenças patriarcais, como o machismo e a misoginia.
P04	Transformação subversiva	É a ação de exercer um poder que luta para que verdades da cultura gamer sejam transformadas.
P05	Endossamento a subversão	É a ação de exercer um poder fortalecedor para as mulheres <i>gamers</i> , que endossa, apoia e valoriza verdades que estão sendo construídas na cultura gamer.
P06	Subversão feminista	É a ação de exercer um poder insurgente, que extrapola o mundo gamer, fundamentado em lutas feministas.

Fonte: Dados gerados pela autora (2025).

#### 4.1.3.1 Critérios de poder

Como já mencionado, os critérios de poder são responsáveis pela estruturação dos poderes, pois são eles que conferem forma, direção e sentido a essas dinâmicas. Esses critérios atuam como princípios organizadores que determinam como o poder é exercido, legitimado e percebido dentro de nosso contexto de pesquisa. Esses critérios estão descritos no quadro 6.

Quadro 6– Critérios de poder

Poderes		Descrição
Posição	Subjugada	Corresponde à posição em que as mulheres se colocam ou são colocadas ao serem oprimidas ou dominadas. Nessa posição, elas se tornam vítimas de discriminação, violência e restrições à sua liberdade e direitos, o que resulta em uma desigualdade em relação aos homens.
Posição	Subversiva	Corresponde à posição em que as mulheres se colocam ou são colocadas executando papéis de resistência ativa contra as normas sociais e as estruturas de poder. Essa posição traz consigo discursos que desafiam a opressão, promovendo a busca por direitos iguais.
Negociação	Aceitação	Traz a ideia de conformidade com a verdade instaurada.
Negociação	Endossamento	Fala sobre o apoio ou reforço a uma verdade.
Negociação	Manutenção	Diz respeito a preservação da verdade como uma realidade.
Negociação	Transformação	Refere-se a alteração da verdade prevalente.
Normatizador	Feminismo	Corresponde ao conjunto de conhecimentos, crenças e comportamentos que promovem a igualdade de gênero, a emancipação, o posicionamento e a luta das mulheres.
Normatizador	Mundo gamer	Refere-se aos padrões, conhecimentos e definições que são estabelecidos e perpetuados pela cultura gamer.
Normatizador	Padrão de beleza	Equivale às normas sociais atuais que definem o que é considerado belo.
Normatizador	Patriarcado	Refere-se ao conjunto de conhecimentos, crenças e comportamentos que promovem a dominação masculina e a subordinação das mulheres, perpetuando desigualdades de gênero em diversas esferas da vida social.
Sujeito	Consumidor	É aquele que acompanha, consome e interage com as influenciadoras <i>gamers</i> enquanto objetos midiáticos. São seguidores, fãs ou haters.
Sujeito	Gamer	É aquele que é jogador de jogos digitais e está consequentemente inserido na cultura gamer.
Sujeito	Influenciador	É o criador de conteúdo digital que cria produtos de consumo baseado nas mulheres <i>gamers</i> .
Sujeito	Influenciadora gamer	É a jogadora de CS:GO que cria e compartilha conteúdo digital em redes sociais, mantendo uma interação ativa com seu público.
Sujeito	Marca	São empresas que estabelecem parcerias com influenciadoras digitais por meio de relações comerciais.
Sujeito	Patrocinadores	São entidades ou empresas que apoiam e financiam a realização de campeonatos profissionais femininos.

Fonte: Dados gerados pela autora (2025).

#### 4.1.4 Discursos de poder

Por fim, os discursos de poder que surgiram a partir da identificação dos discursos e das dinâmicas de poder foram apresentados, acompanhados de suas respectivas explicações. A análise desses discursos de poder considerou não apenas suas manifestações explícitas, mas também as sutilezas e as implicações associadas ao exercício do poder. Suas explicações têm como objetivo esclarecer como eles influenciam as relações sociais e contribuem para a construção e manutenção de normas, hierarquias e comportamentos dentro do contexto estudado. Os discursos de poder revelados estão descritos no quadro 7.

Quadro 7 – Discursos de poder

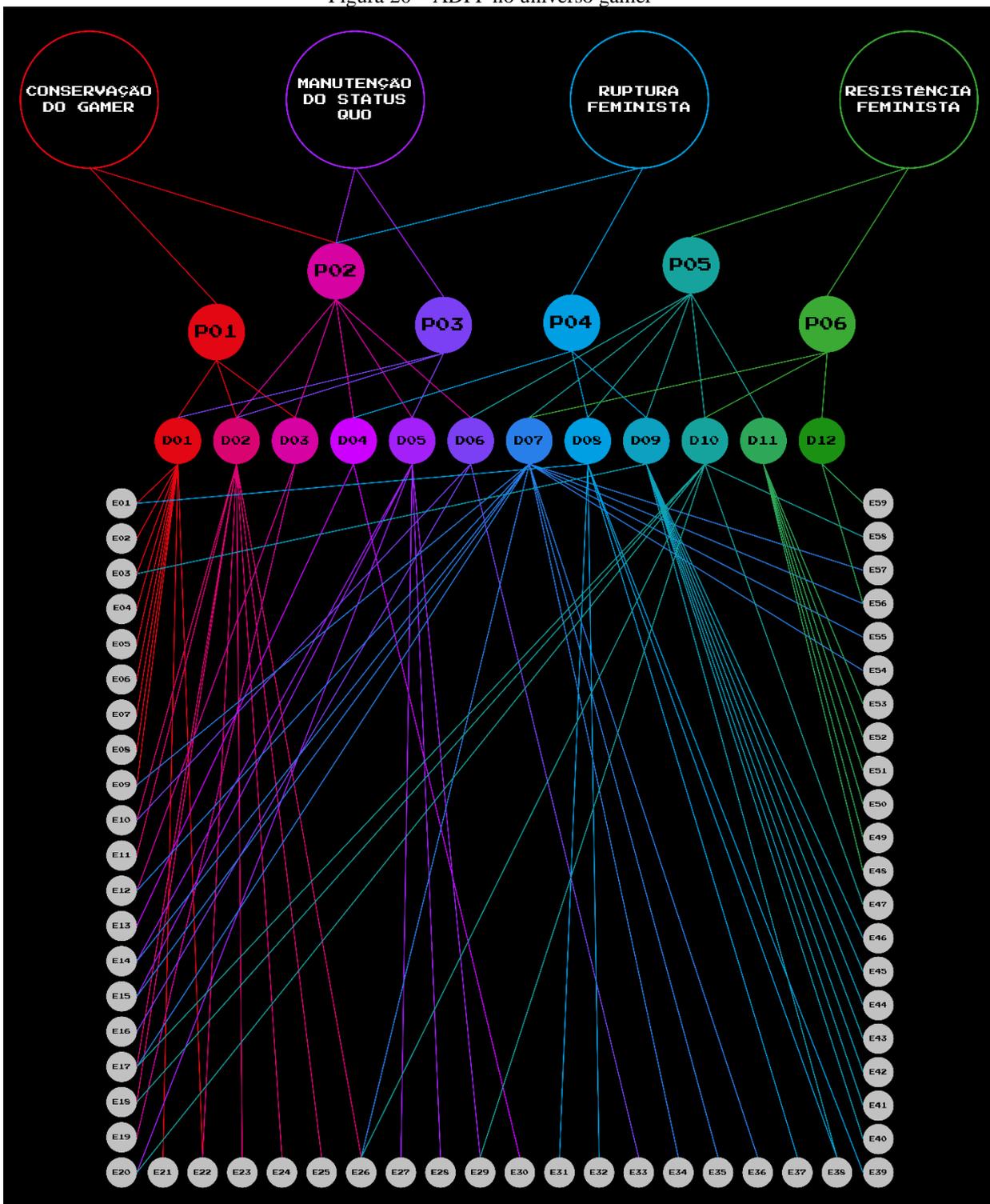
Discursos de Poder		Descrição
DP1	Conservação do gamer	Esse discurso de poder refere-se ao mantimento de verdades já cristalizadas na cultura gamer.
DP2	Manutenção do status quo	Esse discurso de poder corresponde a cristalização do status quo masculino social.
DP3	Ruptura feminista	Esse discurso de poder refere-se a quebra (transformação) de verdades cristalizadas na cultura gamer.
DP4	Resistência feminista	Esse discurso de poder refere-se à cristalização de novas verdades na cultura gamer.

Fonte: Dados gerados pela autora (2025).

## 4.2 DISPUTAS DE PODER POR MEIO DA ANÁLISE PÓS-ESTRUTURALISTA FEMINISTA DENTRO DO MUNDO DOS GAMES

Toda a dinâmica discursiva acessada, abordada e revelada ao longo do nosso processo de análise está detalhadamente apresentada na figura 20. Ela ilustra a análise pós-estruturalista feminista no contexto do universo dos games. Essa representação visual busca sintetizar as interações e disputas de poder identificadas nas práticas discursivas dentro desse cenário, destacando como as questões de gênero, identidade e poder são negociadas e expressas no ambiente virtual. Através dessa figura, procuramos proporcionar uma compreensão mais clara dos padrões discursivos que emergem no mundo dos games, oferecendo uma perspectiva crítica sobre as relações de poder com relação à presença de mulheres nesse espaço.

Figura 20 – ADFP no universo gamer



Fonte: Dados gerados pela autora (2025).

Na Figura 20, os círculos menores e cinzas representam os enunciados identificados ao longo do processo de análise. Esses enunciados são conectados por linhas que ilustram os fluxos e conexões que percorrem até se transformarem em discursos completos, os quais revelam dinâmicas de poder que, por fim, dinamizam os discursos de poder mais amplos. Os

círculos coloridos menores correspondem aos discursos em sua forma inicial, enquanto os círculos coloridos médios simbolizam os poderes identificados como regentes desses discursos. Por fim, os círculos maiores representam os discursos de poder em uma escala macro, mostrando como as forças que emergem dos enunciados, dos discursos e dos poderes se consolidam em narrativas e apresentam disputas de poder.

Com base em Baxter (2003), nossa análise e apresentação de resultados foi capaz de identificar e ilustrar visualmente quatro discursos de poder. Desses, dois refletem a submissão e desvalorização aplicadas ao feminino (Conservação do gamer- DP1; Manutenção do status quo- DP2), nos quais as mulheres são posicionadas como vítimas e excluídas dos espaços dominados por homens. Os outros dois discursos, por sua vez, surgem como respostas reativas aos primeiros discursos de poder que emergem nos momentos em que as mulheres superam seu papel de vítimas e tomam o controle da situação (Ruptura feminista- DP3; Resistência feminista- DP4), desafiando e rompendo com velhas ideias, indicando manifestações de resistência no ambiente que a todo momento tenta lhes expelir.

É importante ressaltar que alguns enunciados podem constituir mais de um discurso de poder, como no caso de “influenciadoras *gamers* se sexualizam” (E17). Esse enunciado é trabalhado em nossa análise por dois caminhos. O primeiro é o caminho que endossa a subjugação e erotização dos corpos femininos no discurso de poder de manutenção do status quo (DP2) e o segundo caminho é o de libertação dos corpos femininos, que endossa a liberdade feminina de performar sua feminilidade e sexualidade como um ato subversivo. Este discurso é trabalhado no discurso de poder de resistência feminista (DP4).

Ou no caso do enunciado “jogadoras são pika” (E18), que também é alocado em dois discursos de poder. No de manutenção do status quo (DP2), pois destacamos que o elogio às boas jogadoras através da palavra “pika”, relativo ao órgão sexual culturalmente definido como masculino, traz consigo uma carga de valorização e reafirmação de estereótipos de gênero, associando a competência e a habilidade a atributos tradicionalmente masculinos. E no de resistência feminista (DP4), este mesmo enunciado é analisado a partir da ótica de apoio dado à presença feminina nesse espaço.

Para uma melhor organização da apresentação de nossos resultados, optamos por apresentá-la por meio do destaque de duas "zonas", que são: "zona de ataque e posicionamento de subjugação" e "zona de reação e posicionamento de subversão".

#### **4.2.1. Zona de ataque e posicionamento de submissão**

Nesta zona encontram-se os discursos de poder voltados para o ataque e exclusão das mulheres no ambiente gamer. Esses discursos de poder são: Conservação do gamer (DP1) e Manutenção do status quo (DP2). Nessa primeira zona, as mulheres *gamers* sempre se/são posicionam/posicionadas como subjugadas.

#### **DISCURSO DE PODER 1: CONSERVAÇÃO DO GAMER (DP1)**

O DP1 “Conservação do gamer” refere-se à perpetuação de verdades estabelecidas dentro da cultura gamer, que estão profundamente enraizadas e amplamente aceitas como parte da identidade desse universo. Essas "verdades cristalizadas" envolvem normas, comportamentos e crenças que moldam a maneira como o jogo é vivido e como os jogadores se relacionam com o ambiente digital. Trata-se, muitas vezes, de estereótipos que definem o que significa ser um "gamer", quem pode ser visto ou aceito como gamer ou o tipo de jogo que deve ser valorizado. Esse discurso de poder age como um mecanismo de preservação de um status quo, em que certas formas de jogar, de interagir e até mesmo de se expressar dentro dos jogos são vistas como aceitas ou indesejáveis. Ao manter essas concepções como verdades inquestionáveis, esse discurso contribui para a exclusão de novas perspectivas e limita a evolução da cultura gamer, mantendo-a presa a padrões rígidos que podem dificultar a inovação e a inclusão de diferentes tipos de jogadores e experiências.

Esse discurso de poder é composto por dois poderes: subjugação feminina na cultura gamer (P01) e armadilha da subjugação (P02). Aqui, os poderes são formados pelos critérios que buscam manter (negociação) a posição das mulheres como subjugadas (posição), pelos *gamers*, consumidores e por alguns influenciadores (sujeito), a partir do que se normalizou no mundo gamer (normalizador).

#### **Poder 1: Subjugação feminina na cultura gamer (P01)**

O poder de subjugação feminina na cultura gamer (P01) corresponde ao ato de exercer um poder que reduz, desacredita e prejudica as mulheres no universo dos games. Esse poder aqui é composto por três discursos que são: o discurso de agressividade gamer (D01); objetificação feminina (D02) e indiferença masculina (D03). Aqui, os discursos são proferidos dentro da comunidade de CS:GO e na comunidade gamer de forma geral (arena),

demonstrando o reforço (materialidade) da exclusividade masculina (verdade) com um tom agressivo (modalidade); a afirmação (materialidade) de que as feministas são malquistas (verdade) com tom de gozação (modalidade) e; o ataque (materialidade) através da toxidade (verdade), também com tom agressivo (modalidade).

### ***Discurso de agressividade gamer (D01): Análise denotativa***

O primeiro discurso, agressividade gamer (D01), é a narrativa de hostilidade e de desdém voltado às mulheres nos jogos. Ele surge a partir dos enunciados: a comunidade é preconceituosa (E01); feminismo é uma piada (E02); CS:GO é um território de ataques misóginos e machistas (E03); mulher gamer é estereotipada (E04); mulheres *gamers* são atacadas (E05); mulheres não podem jogar (E06); mulheres são xingadas nos games (E07); mulheres têm jogabilidade desvalorizada (E08) e minorias são usadas como contra-ataque (E09).

Para refletir sobre o discurso de agressividade gamer (D01), extraímos recortes de nosso corpus de pesquisa para ilustrar o enunciado “a comunidade é preconceituosa” (E01). Segue o extrato 1 apresentado na figura 21.

Figura 21 – Extrato 1. Comunidade preconceituosa



Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

Ao realizarmos uma análise denotativa do extrato 1 de nosso corpus de pesquisa, observamos cenas de vídeos nas quais ataques verbais são dirigidos a jogadores durante partidas de *Counter-Strike: Global Offensive* (CS:GO). Nas imagens acompanhadas de legendas, é possível visualizar de maneira explícita as falas proferidas no áudio do vídeo, que incluem expressões como “mamacó” (macaco), “viadu” e “expulsa essa puta”.

### ***Discurso de agressividade gamer (D01): Análise conotativa***

A análise conotativa do extrato 1 revela o preconceito enraizado tanto na comunidade gamer quanto especificamente na comunidade de *Counter-Strike: Global Offensive* (CS:GO). Esse preconceito se revela de forma agressiva, a partir de ataques verbais e comportamentais. A agressão, entendida aqui como “modalidade”, se dá dentro da “arena” de CS:GO, onde a interação entre os jogadores é mediada por normas e discursos que validam a exclusão de determinados grupos, particularmente as mulheres. Essas agressões refletem uma tentativa consciente e “material” de reforçar a “verdade” admitida na comunidade.

O extrato 1 expõe como as dinâmicas de poder na comunidade gamer estão profundamente imbricadas em práticas discursivas que perpetuam a subordinação das mulheres. Para Foucault (2017), as práticas sociais e culturais regulam os corpos e são capazes de produzir verdades sobre quem pode ou não ocupar determinados espaços sociais. No caso da comunidade de CS:GO, o reforço da supremacia de um tipo de masculinidade naturaliza a ideia de que esse espaço pertence aos homens, enquanto as mulheres são constantemente relegadas à marginalidade ou, no pior dos casos, a objetos de desdém e agressão.

Os discursos de machismo, racismo e homofobia não são apenas expressões de preconceitos isolados, mas refletem o exercício de poder que busca regular, alocar e organizar os sujeitos em seus devidos lugares, através de um sistema de normas e valores compartilhados pela comunidade gamer. Como afirma Judith Butler (1990), as identidades de gênero surgem a partir de construções performáticas normatizadas e de acordo com as expectativas sociais. No CS:GO, a performatividade do sujeito homem aceita exprime uma masculinidade hegemônica (Connell, 2020), associada à masculinidade tóxica (Kupers, 2005).

*Discurso de objetificação feminina (D02): Análise denotativa*

O segundo discurso, construtor do poder de subjugação feminina na cultura gamer, é a objetificação feminina (D02), que discute como as vozes que criticam e zombam das mulheres frequentemente tratam seus corpos como simples objetos, à disposição do prazer sexual. Aqui, esse discurso ganha vida através dos enunciados: conotação sexual faz parte das piadas *gamers* (E10) e homens *gamers* fingem ser mulheres de forma sexualizada (E11).

Para nos debruçarmos sobre o discurso de objetificação feminina (D02), selecionamos trechos de nosso corpus de pesquisa para ilustrar a afirmação do enunciado “homens *gamers* fingem ser mulheres de forma sexualizada” (E11).

Figura 22 – Extrato 2. Fingem ser mulheres de forma sexualizada



Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

A figura 22 cumpre o papel de ilustrar um trecho de um vídeo em que, durante uma partida de CS:GO, um homem se faz passar por uma mulher, utilizando uma voz feminilizada, provavelmente gerada por um aplicativo ou software de modulação vocal. Até mesmo reconhecido e questionado por um dos jogadores no início da partida. O vídeo é repleto de insinuações sexuais tanto pela fala dos jogadores quanto pela edição do vídeo postado, que contém mais sons e imagens meméticas (relativo a meme) com teor sexual, como gemidos ou imagens como a apresentada no lado direito de nosso extrato, em que um homem está tomando um sorvete de forma que remete a uma conotação sexual exagerada. Nesse contexto,

o jogador que se passa por uma mulher ainda profere frases como “come direito”, “só vai, só come” e “esquenta a marmita direito”.

### *Discurso de objetificação feminina (D02): Análise conotativa*

A análise conotativa do extrato 2 evidencia a utilização do “modo” de deboche que reforça a “materialidade” de reforçar “verdades” como a normalização de piadas sexualizadas e a objetificação sexual feminina, este último por meio da “materialidade” de coisificar os corpos femininos. O extrato 2 demonstra como a cultura gamer frequentemente abraça e até celebra piadas de conteúdo sexual. Ele ainda nos coloca diante de situações em que homens buscam feminilizar suas vozes e adotar um comportamento sexual durante as interações em jogos. Essa prática não se reduz a uma tentativa de apropriação da feminilidade, mas, como destaca, representa um reflexo de um contexto cultural onde a sexualização das mulheres é muitas vezes usada como instrumento de gozação, desrespeito e desconforto.

Expressões como “só vai, só come” e “esquenta a marmita direito” são incitações sexuais convidativas a usarem o corpo feminino para tal fim. Elas reproduzem a dinâmica em que a mulher é constantemente tratada como corpo disponível para o prazer masculino e sempre disposta a atender os desejos dos homens, um reflexo de uma sociedade que ainda valoriza a mulher exclusivamente por sua sexualidade. Em especial, dentro de jogos, são exemplos claros de como a linguagem pode ser usada para humilhar e desumanizar as jogadoras, reduzindo-as a meros objetos sexuais (Mcglashan, 2023), podendo ainda corroborar com a criação do que é ser mulher em nossa cultura (Butler, 1990).

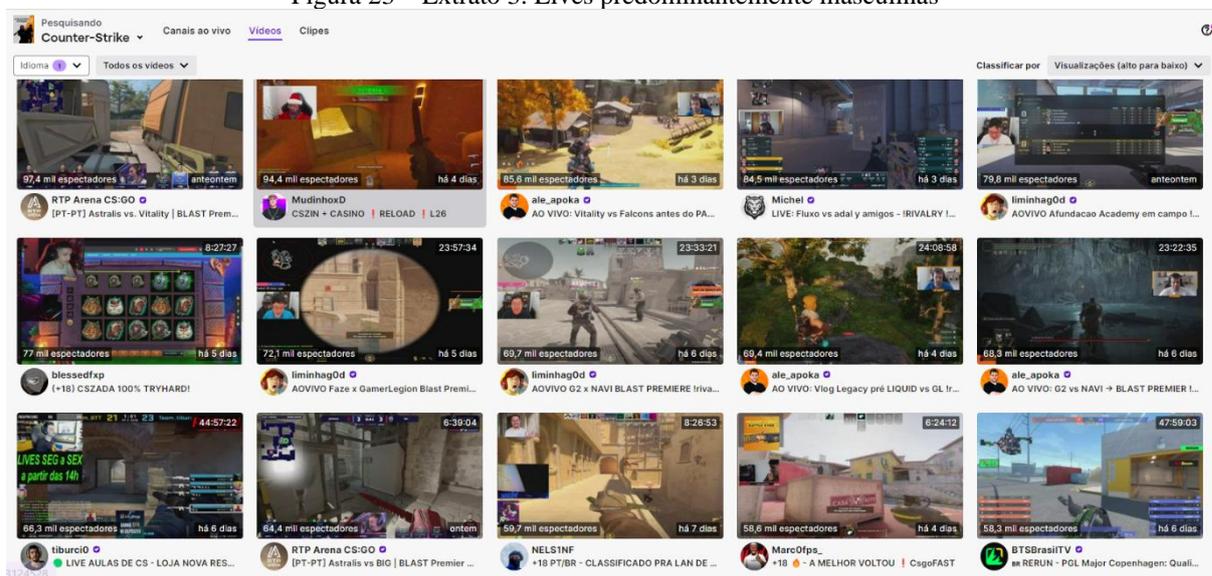
A linguagem, como observam Baxter (2003) e Butler (1990), atua como um fio condutor formador de identidades de gênero, e para Simone de Beauvoir (2014), as mulheres não nascem como tal, mas tornam-se, evidenciando que as relações e organizações sociais articulam discursos que impõem e moldam as formas culturalmente aceitas de ser mulher. Nesse contexto, vozes, comportamentos ou performances sexualizadas (Butler, 1990) implicam na modulagem dos corpos femininos. Logo, os homens que fazem isso estão reforçando uma caricatura feminina vinculada a estereótipos sexuais, os quais evocam a objetificação, a submissão e a diminuição das mulheres. Podendo ainda ser visto, como destaca Keller et al. (2018), como apologia ao assédio, abuso sexual e cultura do estupro.

### *Discurso de indiferença masculina (D03): Análise denotativa*

O terceiro discurso, constituinte do poder de subjugação feminina na cultura gamer (P01), é o de indiferença masculina (D03), que discursa sobre a justificativa da indiferença de *gamers* ao se omitirem diante dos ataques realizados às mulheres no universo dos jogos. Ele é aqui construído pelo enunciado: lives de CS:GO no Steam são predominantemente masculinas (E12).

Com o intuito de nos voltarmos sobre o discurso indiferença masculina (D03), extraímos trechos de nosso corpus de pesquisa para demonstrar a narrativa do enunciado em questão. Segue o extrato apresentado na figura 23.

Figura 23 – Extrato 3. Lives predominantemente masculinas



Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

A figura 23 apresenta um print capturado durante o período de coleta de dados. A imagem mostra a página da *Twitch* com os filtros de busca ajustados para o jogo *Counter-Strike*. Observa-se que, no momento da busca, apenas transmissões realizadas por homens estavam ativas. Esse padrão foi constatado em todas as ocasiões em que a pesquisadora acessou a plataforma. Quando, eventualmente, transmissões realizadas por mulheres apareciam, elas eram em número significativamente menor, geralmente em uma proporção aproximada de 3 para 12.

### ***Discurso de indiferença masculina (D03): Análise conotativa***

Na análise conotativa do extrato 3, destacamos que as lives de CS:GO são em sua maioria realizadas por homens. Isso reflete uma “materialidade” que reforça a “verdade” de que o universo dos games, incluindo a “arena” *Twitch*, é um espaço de exclusividade masculina. Isto é demonstrado indiretamente enquanto “modalidade” através de uma postura de indiferença ou conformidade com esse fato. Essa conformidade se torna evidente, pois durante a coleta de dados, nenhuma das lives masculinas acessadas apresentava um discurso que se referisse à presença ou igualdade feminina nos games. Os jogadores estavam apenas seguindo suas vidas, usufruindo de seu espaço e posição privilegiada, normalmente sem grandes incômodos, o que evidencia a ausência de questionamento com relação à formação atual dos games.

O extrato 3 nos apresenta uma disparidade existente na cultura gamer e no mundo tecnológico (Kivijärvi; Katila, 2022; Ruotsalainen, 2022). Essa disparidade costuma posicionar mulheres à margem desses espaços, pois sua presença, como destaca Ruotsalainen (2022), é frequentemente vista com desconforto e aversão. A predominância de lives masculinas pode ainda influenciar a dinâmica da audiência, modulando suas expectativas e interações, fazendo com que se pareça natural e certa a ausência feminina naquele ambiente.

Nesse contexto, conforme defendem Butler (1990), Foucault (2001; 2020) e outros autores pós-estruturalistas, o padrão de normatividade não é algo natural, ele surge a partir das relações e construções sociais que são lideradas por grupos que ocupam posições privilegiadas, e no caso da cultura gamer, o homem gamer atua como um agente na perpetuação de um imaginário em que ele mesmo se valida e se estabelece como sujeito normativo e central, enquanto posiciona a mulher como um “outro”, banida à periferia desse espaço.

A marginalização de mulheres nesse cenário reforça o que Beauvoir (2014) destacou como a dinâmica “sujeito/outro”, nela o sujeito determina e atribui sentido àquele outro diferente de si. Assim, as mulheres são posicionadas como o “outro” negativo, o não sujeito, e conseqüentemente excluídas de espaços e posições que as colocariam em centralidade. Assim, observamos uma força cíclica e auto reforçadora que inviabiliza o reconhecimento e a presença de influenciadoras *gamers* no mundo dos games que está repleto de mecanismos de exclusão e silenciadores que são posicionadores de mulheres na exclusão, como foi dito por Beauvoir (2014).

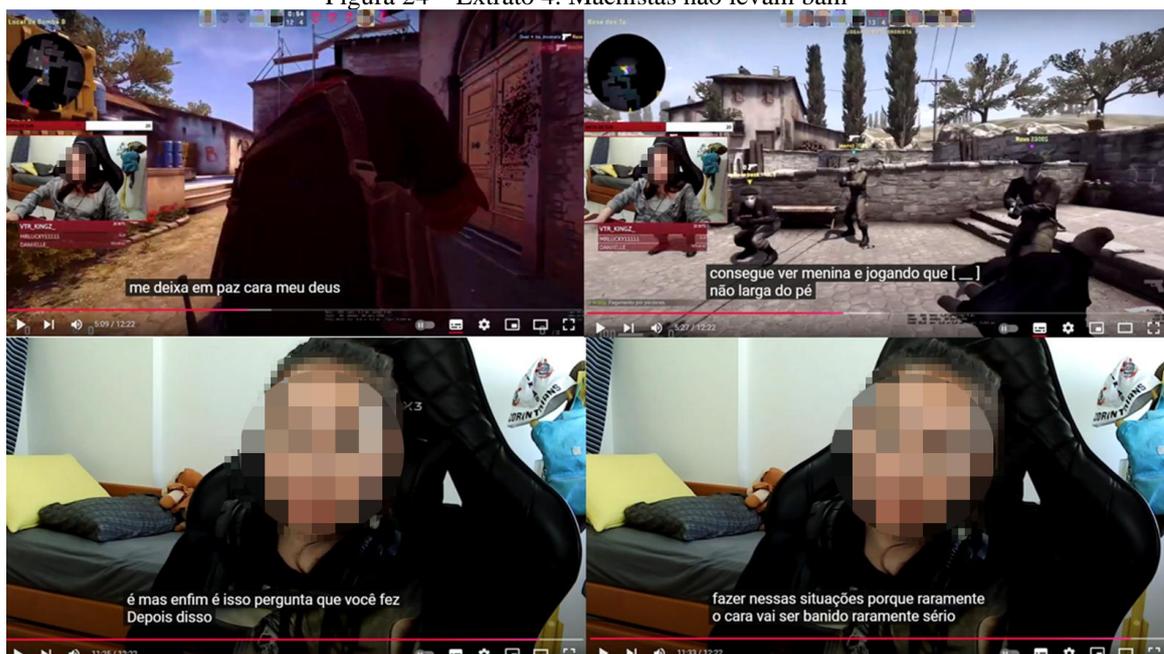
## Poder 2: Armadilha da subjugação (P02)

O poder de armadilha da subjugação (P02) reflete as vezes em que as influenciadoras *gamers* se colocam ou são colocadas em situações de subjugação de forma tão sutil que elas nem percebem, fazendo com que elas, pelo menos em parte, tenham suas imagens sexualizadas, diminuídas e feitas de piada. Esse poder aqui se apresenta através de três discursos que são: tolerância excessiva no ambiente de jogos (D04); alocação feminina (D05) e adaptação gamer (D06). Esses discursos são emanados dentro da comunidade de CS:GO (arena), afirmando (materialidade) a impunidade de forma entristecida (modalidade) e o estereótipo gamer (verdade) de forma descontraída (modalidade), e reforçando (materialidade) a exclusividade masculina (verdade) de forma validadora (modalidade).

### *Discurso de tolerância excessiva no ambiente de jogos (D04): Análise denotativa*

O discurso inicial do poder de armadilha da subjugação (P02) é a tolerância excessiva no ambiente de jogos (D04), ele evidencia o entristecimento das mulheres ao se depararem com a falta de atitude ou rigidez da plataforma *Twitch* diante das ações sexistas e misóginas. Esse discurso é aqui formado pelo enunciado: machista não leva bam (E13). O enunciado está representado na figura 24, pelo extrato 4.

Figura 24 – Extrato 4. Machistas não levam bam



Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

A figura 25 ilustra um recorte de nosso corpus de pesquisa. Trata-se de um vídeo gravado e editado por uma influenciadora gamer que decidiu expor o assédio e os ataques que vivencia pelo simples fato de ser mulher. No início do vídeo, a influenciadora explica que optou por publicar o vídeo das agressões para chamar a atenção para o problema, com o intuito de promover mudanças no cenário.

A figura 25, acompanhada de legendas, evidencia momentos em que, durante o jogo, a influenciadora reage ao comportamento dos homens. No *Steam*, a influenciadora faz uso do nick masculino “Roger”. Ao descobrirem que a pessoa por trás do *nick* Roger é, na verdade, uma mulher, alguns jogadores começam a assediá-la e atacá-la. Entre os ataques que aparecem no vídeo, é possível ouvir frases como: “Roger falou que gosta de tomar de costas, né, Roger?” “Pergunta para sua mãe, aquela vadia, puta desgraçada, arrombada”.

No final do vídeo, conforme apresentado na figura 24, a influenciadora fala que as pessoas poderiam questionar o que ela fez após sofrer os ataques. Em resposta, ela explica que fez a denúncia, mas reconhece que muito dificilmente os agressores serão punidos com o banimento aplicado pela plataforma.

#### ***Discurso de tolerância excessiva no ambiente de jogos (D04): Análise conotativa***

Através da análise conotativa do extrato 4, inferimos que muitas vezes influenciadoras *gamers* e mulheres no geral se deparam com ataques e assédio. E se isso já não fosse ruim o suficiente, elas ainda precisam conviver com a sensação de impunidade dos agressores, pois o banimento pela *Twitch* é visto como algo raro, ou até de pouco impacto. As influenciadoras discursam por meio de uma “modalidade” entristecida e “materializam” a afirmação de que a impunidade é uma “verdade” na “arena” *Twitch*.

O extrato 4 demonstra às vezes em que a *Twitch* e até outras plataformas tendem a suprimir ataques às mulheres. Elas demonstraram ineficiência em lidar com denúncias. Isso fica claro, pois para que haja a chance de banimento é necessário que a usuária/vítima realize a denúncia na plataforma, que pode ou não acatar. Essa falta de eficiência em lidar com as denúncias de abusadores pode apontar para uma ação normalizadora do assédio. Como é dito por Foucault (2014a), instituições são executoras de poder, modelam e ditam o que é normal. Muitas vezes as instituições, como neste caso a *Twitch*, podem ignorar problemas e manter práticas e verdades negativas, com o intuito de preservar algum status socialmente aceito. Com base nisto, podemos supor que a falta de comprometimento da *Twitch* e outras

plataformas, para defender ou punir agressores, pode ser vista como um reforço consciente ou não ao discurso de tolerância e não validação da violência contra mulheres *gamers*.

Destacamos ainda que o extrato 4 é capaz de evidenciar que as mulheres que expõem essa falta de responsabilidade da *Twitch* estão, como Butler (2017) diz, adquirindo ou demonstrando autoconsciência do sistema de dominação que lhes é imposto por meio das instituições. Isto também evidencia como historicamente foram definidas as atividades que caberiam às mulheres e quais não caberiam (Butler, 1990). Jogar jogos hardcore ou até mesmo estar no ambiente tecnológico não condiz com aceitação social (Haraway, 2000) e ir de encontro a essa predeterminação social desperta ataques e consequentemente impunidade por parte das instituições que acabam criando uma “zona de conforto” para aqueles que executam agressões.

Para Ford, Wentzel e Lorion (2001), a tolerância pode representar um problema quando usada em situações não adequadas, como no caso de assédio e sexismo. Se tornando uma ferramenta de abuso e manutenção de comportamentos não apropriados, favorecendo o menosprezo e discriminação feminina. Assim, a tolerância da *Twitch* diante dos ataques pode tornar-se base para as estruturas de poder que fortalecem as desigualdades de gênero no ambiente digital, mais especificamente no ambiente dos jogos on-line e na cultura do CS:GO.

### ***Discurso de alocação feminina (D05): Análise denotativa***

O segundo discurso do poder de armadilha da subjugação (P02) é a alocação feminina (D05). Ele corresponde à ideia de que as mulheres devem ser alocadas em lugares específicos ao gênero. Ele nasce de dois enunciados: mulheres *gamers* devem se esconder (E14) e mulheres se camuflam (E15). Para pensarmos sobre esse discurso, nos debruçaremos sobre o extrato 5 retirado do nosso corpus de pesquisa, que representa o enunciado mulheres *gamers* devem se esconder (E14), que está apresentado na figura 25.

Figura 25 – Extrato 5. Mulheres gamers devem se esconder

Comentários (273) Vídeos do Criador

Visualizar 2 respostas ▾

 **ADM\_Gon**  
 uma dica joga de microfone desligado e áudio dos outros desligado também aí vc joga de boa e mais concentrada   
 2022-1-... Responder 1

 **Amakusa**   
 Joga em pt fechada ou muta o chat, eu nem sou mulher e faço isso sempre.   
 2022-1-... Responder 1

Visualizar 2 respostas ▾

 **bel**   
 eu uso nick que não transparece meu gênero...   
 2022-1-... Responder 1

Visualizar 1 resposta ▾

Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

Na análise denotativa do extrato 5, destacamos um comentário que foi publicado como resposta a um vídeo de uma influenciadora que denunciava a forma como as mulheres *gamers* eram tratadas nos jogos on-line. Nesse extrato, podemos ver que o seguidor sugere, enquanto dica, que a influenciadora desative seu microfone e mute os outros participantes durante a *gameplay* e assim evitar que seja “desconcentrada” pela misoginia e machismo presentes nesse ambiente.

### ***Discurso de alocação feminina (D05): Análise conotativa***

A análise conotativa do discurso de alocação feminina (D05) nos mostra a narrativa de que, para se protegerem, as mulheres devem evitar se expor como tal nos jogos on-line. Desligar o microfone e mutar outros jogadores aparece como uma solução dada para aquelas que não são respeitadas nesse ambiente. Mas isso implica na “modalidade” de validação que se “materializa” no reforço da exclusividade masculina enquanto uma “verdade” na “arena” do CS:GO.

Em outras palavras, esse tipo de comentário pode revelar dinâmicas de poder que pregam a responsabilização das vítimas. Atitudes como essa fazem com que, ao invés de responsabilizar os autores das agressões, se transfira a culpa para as mulheres injustamente, solicitando que elas preservem sua identidade para evitar situações de assédio. Essa lógica de culpabilização pode aqui ser entendida como o reflexo de um poder produtivo. Pois, como

destaca Foucault (2014a), os poderes não apenas reprimem, mas produzem sujeitos. A produção de sujeitos tanto se dá via externa, quando instituições e relações sociais o moldam, como quando o sujeito se autorregula.

Aqui, essa autorregulação pode ser exemplificada pela atitude ou sugestão de camuflagem nos jogos a que algumas mulheres aderem. A sugestão funciona como um autorregulador do sujeito “mulheres *gamers*” que, ao adotarem essa invisibilidade, também estão se autorregulando e conseqüentemente alimentando a exclusão e o apagamento de mulheres nesse mundo. Essa atitude ainda pode impactar na qualidade e experiência do jogo, já que em jogos como CS:GO a comunicação com a equipe é imprescindível.

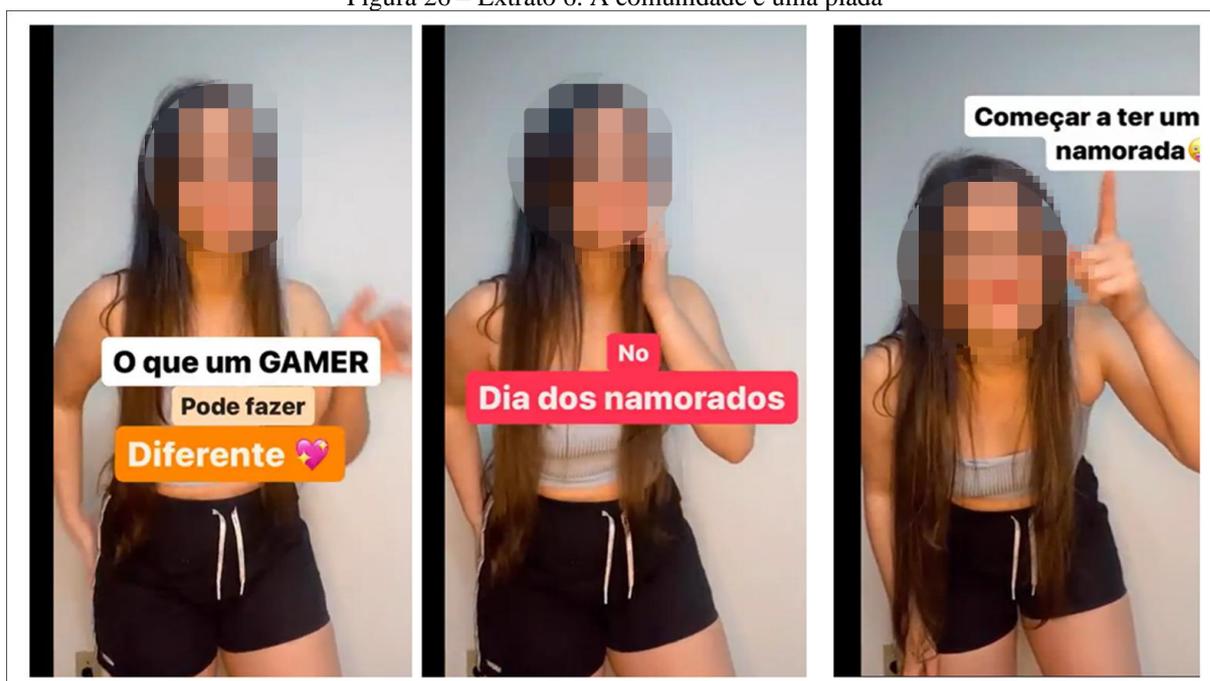
Neste sentido, destacamos Aiston e Fo (2021) que dizem que o silenciamento de mulheres implica no impedimento delas agirem com poder, já que, como Luke (1994) aponta, suas vozes sempre foram símbolo de luta e resistência e a ausência delas decorre de articulações sociais que visam seu silenciamento e apagamento. O silenciamento de mulheres, no mundo gamer, é forçado, regulado e autorregulado, pois não se trata de um meio onde mulheres devem estar. Devido ao exposto, acreditamos que existe uma força de deslocamento das mulheres *gamers* desse ambiente, elas são empurradas para fora através de seu silenciamento e apagamento, e são posteriormente realocadas em lugares e posições predeterminadas a elas socialmente.

### ***Discurso de adaptação gamer (D06): Análise denotativa***

O terceiro discurso do poder de armadilha da subjugação (P02) é a adaptação gamer (D06). Ele fala sobre as formas como as mulheres se adequam e atendem aspectos da cultura gamer. Esse discurso, aqui, é formado pelo enunciado: a comunidade é uma piada (E16).

Buscando refletir sobre esse discurso, retiramos um recorte de nosso corpus de pesquisa para facilitar a visualização do enunciado. Ele está representado pelo extrato 6, na figura 26.

Figura 26 – Extrato 6. A comunidade é uma piada



Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

A figura 26, que apresenta o extrato 6 de nosso corpus de pesquisa, traz cortes de um vídeo de uma influenciadora gamer. No vídeo, de forma descontraída, ela brinca ao sugerir algo que um gamer poderia fazer diferente no Dia dos Namorados e surpreende seus seguidores afirmando que esse “algo” seria arrumar uma namorada.

### ***Discurso de adaptação gamer (D06): Análise conotativa***

A análise conotativa do extrato 6 demonstra uma forma de adaptação que a influenciadora performa ao validar e afirmar o estereótipo de que homens *gamers* não possuem namoradas ou são incapazes de desenvolver relacionamentos afetivos. Isso é dito a partir de uma “modalidade” descontraída que se “materializa” através da afirmação de que o estereótipo gamer é uma “verdade” dentro da “arena” CS:GO.

O extrato 6 nos mostra como, de certa forma, as influenciadoras *gamers* cedem a determinados comportamentos tidos como aspectos culturais do mundo gamer. Isso pode representar certa conformidade e aceitação aos padrões impostos. Como aponta Eagly e Chivala (1986), mulheres tendem a se conformar mais do que homens com determinados cenários onde existem situações de pressão e influência de grupos dominantes. Isso se torna problemático, pois evidencia que as mulheres estão tentando se inserir nesses espaços

dominados por homens e cedendo a seus padrões, muitas vezes podendo representar até mesmo um sacrifício de sua autenticidade ao cederem a esses discursos.

Eagly e Chryala (1986) destacam que um fato imprescindível que resulta na conformidade das mulheres é a vigilância do grupo dominante. No caso das influenciadoras *gamers*, a incorporação de discursos que fazem piada sobre o estereótipo gamer masculino, mesmo que parecendo ofensivo ou reativo, na verdade é a reprodução de discursos que são amplamente proferidos pelo grupo dominante, assim essa ação seria validada pelo grupo, resultando em sua aceitação. É importante observarmos essa dinâmica de conformidade e busca pela sensação de pertencimento, pois elas refletem as pressões do grupo dominante, juntamente com as tentativas de adaptação feminina que as levam a ser aceitas na comunidade.

## **DISCURSO DE PODER 2: MANUTENÇÃO DO STATUS QUO (DP2)**

O DP2 “Manutenção do status quo” corresponde à cristalização do status quo masculino social. Esse discurso de poder surge com o objetivo de manter as estruturas de poder patriarcais que dominam a sociedade atual. Ele reafirma, reforça e luta para que o status social do sujeito homem seja mantido na esfera social. Aqui, vemos aspectos normativos valorizados e perpetuados a fim de manterem a cristalização de regras preestabelecidas e divisoras dos gêneros, validando sua classificação dualista e alocativa dos lugares e dos comportamentos desejáveis ou corretos de cada um. No mais, esse discurso de poder ser visto como um dispositivo regulador da ordem social injusta e desigual.

Esse discurso de poder é formado por dois poderes: subjugação social disfarçada (P02) e subjugação feminina no patriarcalismo (P03). Aqui esses poderes são constituídos pelos critérios que indicam o mantimento (negociação) da subjugação das mulheres (posição) a partir das normatizações advindas do mundo gamer, do patriarcalismo e do padrão de beleza atual (normatizadores) proferidas pelos consumidores, pelos *gamers*, pelos influenciadores e pelas influenciadoras *gamers* (Sujeitos).

### **Poder 2: Subjugação social disfarçada (P02)**

O poder de subjugação social disfarçada (P02) se refere às ações que exercem subjugação de mulheres na esfera social mais ampla, mas ainda coberta por uma sutileza capaz de torná-las quase imperceptíveis. Aqui, esse poder se constrói por três discursos:

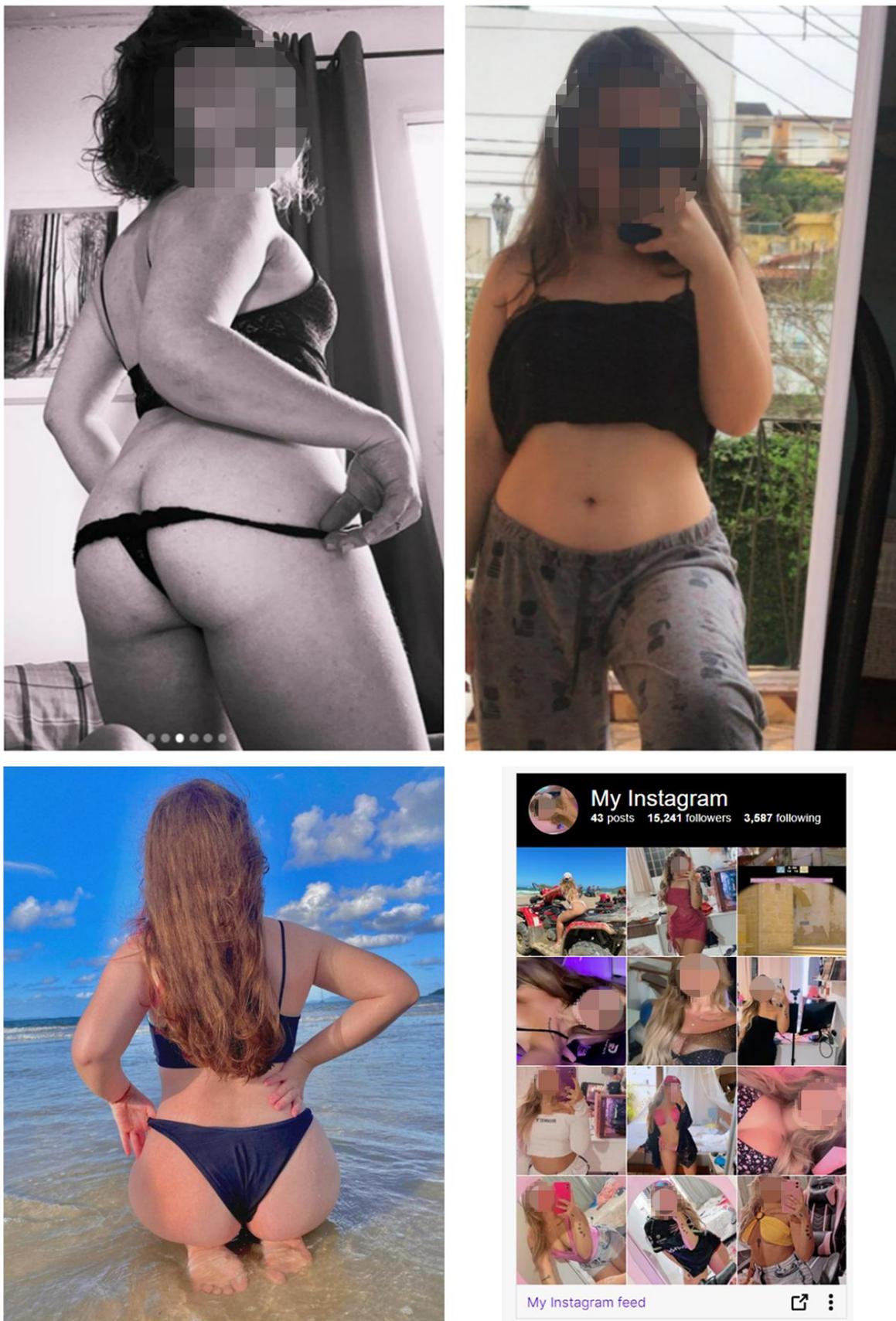
coisificação dos corpos femininos (D02); neutralidade masculina (D03) e lugares femininos (D05). Esses discursos se formam na comunidade gamer (arena), falados com tom de erotização (modalidade), evidenciando a sexualização feminina (verdade) na medida em que coisificam (materialidade) os corpos e quando afirmam (materialidade) que a beleza é primordial (verdade). Juntamente com o tom de voz validador (modalidade) que reforça a masculinização dos elogios (verdade). Adentrando mais especificamente a comunidade de CS:GO (arena), vemos o tom de justificativa (modalidade) utilizado para reforçar (materialidade) que o pessoal não é político (verdade).

***Discurso de coisificação dos corpos femininos (D02): Análise denotativa***

O primeiro discurso constituinte do poder de subjugação social disfarçada (P02) é a coisificação dos corpos femininos (D02). Ele corresponde às ações de redução das mulheres a coisas, objetos para o uso sexual. Esse discurso, aqui, se encontra a partir dos enunciados: influenciadoras *gamers* se sexualizam (E17) e jogadoras são pika (E18).

Para analisarmos o discurso de coisificação dos corpos femininos (D02), nos debruçaremos sobre o extrato 7, na figura 27, que exemplifica o enunciado influenciadoras *gamers* se sexualizam (E17).

Figura 27 – Extrato 7. Influenciadoras gamers se sexualizam



Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

A figura 27 ilustra a sexualização das influenciadoras *gamers*. Essa sexualização é realizada tanto em seus perfis nas redes sociais (*Instagram, Twitch*), como também pode aparecer via terceiros (consumidores, influenciadores e *gamers*) que as sexualizam nas partidas ou fora delas. As fotos provocativas, aqui, são vistas como artefatos que podem contribuir com o olhar machista e sexista aplicado ao corpo da mulher, corroborando assim com a manutenção do status quo masculino.

### ***Discurso de coisificação dos corpos femininos (D02): Análise conotativa***

Como mencionado anteriormente, embora a liberdade sexual feminina possa representar em alguns aspectos a emancipação e resistência feminista, destacamos que esse ponto de vista é trabalhado no discurso de poder de resistência feminista (DP4). Aqui, o ponto de vista adotado é de subjugação e manutenção do status quo masculino, o qual pode ser alimentado por esse tipo de exposição que coloca mulheres como símbolos sexuais.

Na análise conotativa do extrato 7, destacamos como a sexualização das influenciadoras *gamers* ocorre. Algumas vezes, de forma optativa, essa sexualização é realizada através de suas imagens pessoais durante lives ou em postagens em suas redes sociais, geralmente incluindo legendas provocativas, piadas sugestivas e roupas que chamam atenção para partes de seus corpos, de forma sexualizada. A “materialização” da coisificação dos corpos femininos surge por meio de uma “modalidade” erotizadora que prega como “verdade” a objetificação sexual feminina na “arena” da comunidade player.

Analisando o extrato 7, podemos inferir que a estratégia de sexualização pode ser vista como uma tentativa de maximização da visibilidade, ou seja, uma ação consciente de se destacar nas redes e criar uma identidade visual e virtual. Além de funcionar como uma ferramenta de validação pessoal, atua como um “afago no ego” das influenciadoras, ao gerar elogios e reconhecimento a partir de seus corpos e assim contribuir para sua marca pessoal.

Como destaca Biefeld, Stone e Brown (2021), geralmente as imagens de mulheres na mídia tendem a ser sexualizadas e corresponder a um tipo idealizado de mulher, sendo, na maior parte das vezes, magras e brancas. Esse padrão excessivamente observado é o padrão da maioria dos corpos das influenciadoras *gamers*. Isso pode nos levar a entender essa exposição sexual como um atendimento às normas midiáticas existentes no imaginário social criado através da representação do que é ser mulher. Pois, como dito por Butler (1990), as mulheres sofrem uma extrema pressão social para atender essas características, que, como diz

Kilbourne (2000), fazem com que elas sejam valorizadas e vistas como belas ao exporem sexualmente seus corpos.

Stone et al. (2015) evidenciam ainda que a sexualização dos corpos femininos também está ligada à imagem positiva, implicando na sua popularidade e aceitação social. Essa aceitação é validada, pois nossa sociedade é gerida por regras patriarcais (Matich; Ashman; Parsons, 2020; Souza; Selis, 2022) e o atendimento dessas regras faz com que mulheres sejam vistas como modelos e sejam desejadas como parceiras relacionais (Stone et al., 2015).

### ***Discurso de neutralidade masculina (D03): Análise denotativa***

O segundo discurso encontrado no poder de subjugação social disfarçada (P02) é o de neutralidade masculina (D03). Ele conta a narrativa de omissão de homens ao se deparar com o ataque, misoginia e machismo direcionado às mulheres *gamers*. Ele alimenta esse poder porque, ao permanecerem calados diante dos ataques, os homens corroboram com a perpetuação dessa situação de injustiça. Aqui, ele é formado pelo enunciado: jogadores se omitem por medo (E19). Este enunciado está representado no extrato 8.

“Será que eu mato [o jogador que está atacando uma jogadora com misoginia]? Ou será que eles vão me expulsar [se eu a defender durante a gameplay]”.

Extrato 8. Retirado do corpus de pesquisa (2025)

O extrato 8, retirado de nosso corpus de pesquisa, trata-se de uma fala realizada durante uma partida de CS:GO. Na partida, uma jogadora é atacada diversas vezes por ser mulher. E após o final da partida, um dos jogadores menciona que não a defendeu por medo de também ser atacado ou expulso da partida. Esse enunciado também se baseia nas diversas vezes em que os ataques são proferidos e os outros jogadores, ao presenciarem as agressões, permanecem em silêncio, sem tomar qualquer atitude para intervir ou justificar sua omissão, embora ela seja evidente.

### ***Discurso de neutralidade masculina (D03): Análise conotativa***

A análise conotativa do extrato 8 evidencia as ações de omissões diante de ataques machistas e misóginos nas partidas CS:GO. Aqui verificamos a “modalidade” de justificativa

utilizada dentro da “arena” CS:GO, na medida em que nos deparamos com a “materialidade” do reforço da “verdade” o pessoal não é político, que faz referência contrária ao lema feminista — o pessoal é político — que surgiu a partir do trabalho de Carol Hanisch (1970), no qual defende que as lutas das mulheres não devem ser vistas como individuais, mas sim partir de um senso de sociedade e que suas questões devem ser entendidas dentro de um contexto social e coletivo. Ao evidenciarmos essa verdade, estamos querendo destacar que, para muitos jogadores, a agressão contra as mulheres é vista como um problema pessoal, no qual terceiros não devem se envolver. Esse comportamento se assemelha à justificativa popular da expressão — em briga de marido e mulher não se mete a colher — que aponta para a justificativa da falta de intervenção em casos de violência doméstica. Nos dois casos, essa omissão pode ser vista como cumplicidade ou apoio implícito ao ataque que segue perpetuado em todas as camadas sociais.

O extrato 8, com a frase “será que eu mato, ou será que eles vão me expulsar?”, pode representar um dilema vivenciado por pessoas que presenciam agressões às mulheres no CS:GO. Isso significa que o jogador presente tende a ponderar se irá de encontro ao machismo ou se irá temê-lo, pois dependendo da sua reação, poderá sofrer represálias. De acordo com Biefeld, Stone e Brown (2021), temer represálias sociais pode levar as pessoas a se comportarem com omissão ou inação, favorecendo um ciclo de passividade e continuidade do padrão abusivo e discriminatório.

Como apontado por McRobbie (2009), a exclusão das mulheres em espaços dominados por homens pode muitas vezes surgir a partir da omissão de outros membros que fazem parte da comunidade, que optam por fazer vista grossa ou ignorar os ataques para evitar conflitos ou para preservar o status quo dele próprio e da comunidade. Logo, o medo de perder sua posição privilegiada na comunidade faz com que a passividade se torne cotidiana dentro dos jogos on-line.

Nos apoiamos em Foucault (2014a) para lembrar que o discurso é ação, ou neste caso, a falta dela também é. Assim como o gênero é performado para Butler (1990), neste sentido podemos inferir que o silêncio adotado por alguns jogadores representa fortemente um discurso a favor do gênero masculino e alimentação de seu status quo. Podendo ainda ser visto como uma teia de poder que molda os comportamentos dos jogadores e os faz escolher corroborar indiretamente com as injustiças presenciadas.

### **Poder 3: Subjugação feminina no patriarcalismo (P03)**

O poder de subjugação feminina no patriarcalismo (P03) trata das formas de subjugação atreladas a um espectro social regido pelo sistema patriarcal que extrapola o mundo gamer. Esse poder nasce de três discursos: ataque às mulheres (D01); sexualização dos corpos femininos (D02); e lugares femininos (D05). Esses discursos se formam na comunidade player (arena) e mais especificamente na comunidade de CS:GO (arena), falados com tom de erotização, agressão e deboche (modalidades) sobre a sexualização feminina (verdade) na medida em que coisificam (materialidade) os corpos femininos. Com tom de validação (modalidade), quando reforçam (materialidade) a normalidade da masculinização de elogios (verdade). E quando validam (modalidade), coisificando os corpos femininos (materialidade), que a beleza é primordial (verdade).

#### ***Discurso de ataque às mulheres (D01): Análise denotativa***

O primeiro discurso componente do poder de subjugação feminina no patriarcalismo (P03) é o ataque às mulheres (D01), ele se refere aos ataques realizados com embasamento no patriarcado, sempre envolvendo machismo e misoginia, atacando mulheres apenas por serem mulheres. Aqui, esse discurso se apoia nos enunciados: masculinidade tóxica é um padrão no CS (E21) e mulheres *gamers* são assediadas (E22). Com o intuito de refletir sobre esse discurso, nos voltamos para o extrato 9, onde está representado o enunciado masculinidade tóxica é um padrão no CS (E21).

“O dia que tu perder tua fimose tu fala comigo.  
[...]  
Tu não sabe o que é gozar.  
[...]  
Vai arrumar uma xereca para bater uma punheta para ela.  
[...]  
O homem depende da mulher, cara, o homem faz tudo pensando na porra da boceta”.

Extrato 9. Retirado do corpus de pesquisa (2025)

O extrato 9, retirado de nosso corpus de pesquisa, faz parte de um vídeo no qual podemos ouvir uma discussão entre jogadores. Aparentemente, jogadores mais velhos discutem com um jogador mais jovem. Em meio à discussão, as frases do extrato 9 podem ser ouvidas.

### ***Discurso de ataque às mulheres (D01): Análise conotativa***

Ao analisarmos o extrato 9 conotativamente, inferimos que a masculinidade tóxica é comum na cultura da comunidade player. Essa masculinidade pode ser acessada através da “modalidade” agressiva que evidencia a “materialização” da redução dos corpos a máquinas sexuais como uma “verdade” na “arena” da comunidade gamer.

O extrato 9 nos move para o núcleo da performatividade de gênero (Butler, 1990) masculina valorizada e imposta na comunidade de CS:GO. Percebemos aqui que essa performatividade evoca determinados aspectos que podem ser vistos como partes de uma masculinidade hegemônica (Connell, 2020). Para Connell, essa masculinidade indica as formas como os corpos devem ser representados e utilizados. Podemos dizer que a masculinidade hegemônica vista no extrato 9 é a masculinidade hegemônica em nossa cultura que ressoa no mundo gamer e conseqüentemente na cultura do CS:GO. Ela compartilha as “verdades” da heterossexualidade, “maturação” sexual, dominação e objetificação dos corpos femininos.

Ainda no extrato 9, é possível inferirmos uma corroboração com a ideia de Jennings e Murphy (2000) quando indicam que a masculinidade hegemônica acaba evidenciando estruturas hierárquicas de poder, não apenas com relação às mulheres, mas com outros tipos de masculinidades existentes. No extrato, observamos que a masculinidade hegemônica ataca a outra masculinidade presente, com piadas humilhantes e insinuações corporais e sexuais, pois, como afirma Messerschmidt (2005), a primeira é a forma mais honrosa de masculinidade. Além disso, a pressão aplicada aos outros tipos de masculinidades pode levá-las à conformação e incorporação dessas características, alimentando cada vez mais o ciclo de exclusão e violência (O’Donnell, 2024), direcionadas a outras performatividades de gênero (Butler, 1990), na tentativa de serem aceitos e validados pela masculinidade dominante (O’Donnell, 2024), hegemônica (Connell, 2020).

### ***Discurso de sexualização dos corpos femininos (D02): Análise denotativa***

O segundo discurso que compõe o poder de subjugação feminina no patriarcalismo (P03) é o de sexualização dos corpos femininos (D02). Esse discurso evidencia às vezes em que os corpos das jogadoras são sexualizados com base em aspectos sociais mais amplos e acabam adentrando o mundo dos games. O D02, aqui, aparece por meio dos enunciados: influenciadoras *gamers* se sexualizam (E17); jogadoras são pika (E18); mulheres *gamers* são

assediadas (E22); ataque ao feminino é fetiche (E23); mulheres são objetificadas (E24); imagem é o que importa (E25); influenciadoras *gamers* trans são desejadas (E26).

Para analisarmos esse discurso, destacamos o extrato 10 e o extrato 11, que evidenciam o enunciado "mulheres são objetificadas" (E24).

"Deixa eu subir em cima dela".

"Que foda essa menina do caralho, vou comer o cú dela".

"Queria ganhar com sua mãe de quatro".

"Eu tô cansado e você parece também, então toma, toma, toma".

"Sorteio do meu pau na tua cara".

Extrato 10. Retirado do corpus de pesquisa (2025)

Figura 28 – Extrato 11. Mulheres são objetificadas



Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

O extrato 10 e 11 trazem algumas frases proferidas durante algumas gameplays. Essas frases são recortes de momentos em que homens se dirigiam às mulheres durante o jogo. Elas foram ditas em diferentes contextos, entre eles podemos citar o contexto do desejo, onde as mulheres são desejadas enquanto objetos de consumo sexual; contexto de gozação que buscava desacreditar e desestabilizar as jogadoras; e no contexto de irritação, quando

os homens notavam a presença feminina ou quando eram vencidos por mulheres, por exemplo.

### ***Discurso de sexualização dos corpos femininos (D02): Análise conotativa***

Ao analisarmos conotativamente os extratos 10 e 11, observamos diversas vezes em que mulheres são objetificadas no mundo gamer. Essa objetificação sexual se torna uma “verdade” na “arena” da cultura player, através das “modalidades” erotizada e debochada na medida em que a “materialidade” da coisificação se torna presente.

Nos extratos 10 e 11, observamos uma tendência de os homens tentarem fazer as mulheres *gamers* performarem seu gênero (Butler, 1990) de acordo com o desejo sexual reducionista masculino, onde elas são vistas como brinquedos ou objetos sexuais. Além disso, essa pressão sobre os corpos femininos pode ser vista como uma ação de poder e controle social, que, de acordo com Foucault (2020), se materializa em forma de vigilância panóptica. Essa vigilância se refere a um mecanismo que busca controlar os corpos, através da observação constante de todos os lugares em que um corpo possa ocupar.

No contexto dos games, podemos inferir que as mulheres são postas em vigilância para que não adentrem o mundo dos jogos, mas se entrarem devem atender às performatividades impostas a elas nesse ambiente. Um exemplo claro dessa vigilância é quando os avatares das jogadoras também são objetificados, evidenciando ainda a extrapolação da fusão de seus corpos em um corpo ciborgue (Haraway, 2000), por homens que durante a *gameplay* os perseguem, enquadram e matam. Essa objetificação também evidencia que os corpos femininos são vistos como corpos a serem consumidos (Huang, 2019). Esse fenômeno está provavelmente relacionado ao fato de que, diariamente, a mídia, a publicidade e até mesmo a representação das mulheres nos jogos reforçam essa visão (Naidoo, Coleman e Guyo, 2019).

Assim, os trechos anteriores nos permitem inferir que a objetificação das mulheres (Naidoo, Coleman e Guyo, 2019) e a desvalorização de suas habilidades nos jogos (Chess; Paul, 2019) são fenômenos comuns, frequentemente atribuídos ao sistema patriarcal em que vivemos (Donaghey, 2020; Vink et al., 2023). Esse sistema é perpetuado pelas esferas midiáticas e de consumo, que reforçam estereótipos e normas que marginalizam e sexualizam a presença feminina nos games (Naidoo, Coleman e Guyo, 2019), ou seja, a cultura de consumo e o olhar objetificador, aplicados às mulheres, são aspectos que permeiam as

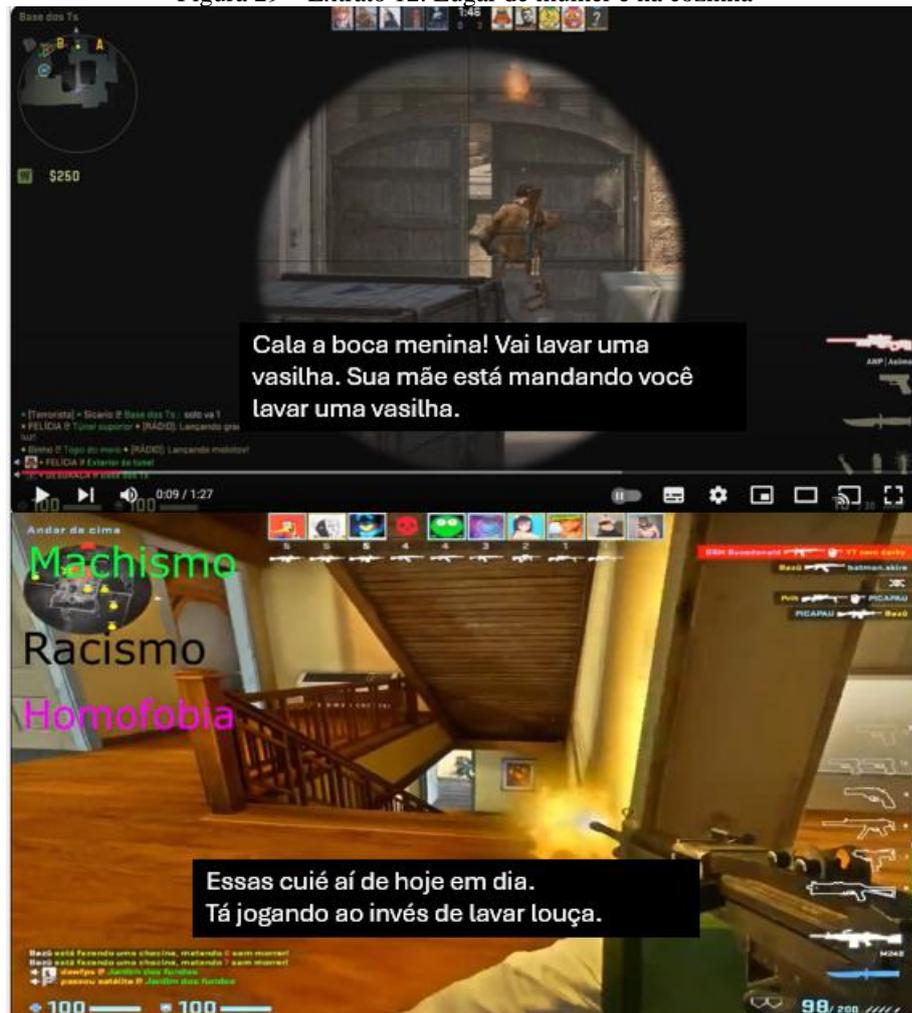
relações sociais (McRobbie, 2008) e implicam nas relações em ambientes digitais (Haraway, 2000).

***Discurso de lugares femininos (D05): Análise denotativa***

O terceiro discurso constituinte do poder de subjugação feminina no patriarcalismo (P03) é o de lugares femininos (D05), que evidencia os lugares que as mulheres podem e devem ocupar, assim como impõem os que elas não podem. Aqui, esse discurso é formado pelos enunciados: influenciadoras *gamers* são corpos belos (E20); mulheres devem realizar tarefas domésticas (E27); mulheres *gamers* são reprimidas (E28); e mulheres *gamers* são desejadas (E29).

Para nos debruçarmos sobre esse discurso, trouxemos o extrato 12 que está apresentado na figura 29, e corresponde ao enunciado “mulheres devem realizar tarefas domésticas” (E27).

Figura 29 – Extrato 12. Lugar de mulher é na cozinha



Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

A figura 29 apresenta dois trechos extraídos de vídeos em que, durante a gameplay, são proferidas ofensas direcionadas às mulheres. Essas ofensas têm como base a ideia preconceituosa de que o lugar da mulher é em casa, desempenhando tarefas domésticas.

### ***Discurso de lugares femininos (D05): Análise conotativa***

Partindo para a análise conotativa, o extrato 12 nos mostra os ataques dirigidos às mulheres *gamers*, baseados na alocação social dos gêneros. Essa alocação destaca a domesticação feminina como uma “verdade” amplamente aceita na sociedade, que, por consequência, também se reflete na “arena” do CS:GO. Aqui, essa alocação se apresenta pela “materialização” do ataque expresso com a “modalidade” debochada e enraivecida.

O extrato 12 expõe um exemplo claro de como os lugares sociais foram determinados socioculturalmente com base na dualidade de gênero (Mulumeoderhwa, 2022;

Hardey, 2019). E, como defende Butler (1990), os papéis e lugares de gênero não seguem uma construção natural do sentido biológico, mas se dão através das relações sociais, espaços e temporalidade em que estão inseridos.

Em complemento a isto, podemos destacar Betty Friedan (2021) ao afirmar que a valorização da mulher está muitas vezes ligada às suas ideias de cuidado do lar, assim como a manutenção do casamento e dos filhos. A autora destaca que essas predeterminações acabam, muitas vezes, confinando as mulheres a um papel de subordinação e exclusão do espaço público e destaca ainda que essa ideia é vendida apenas com o objetivo de subordinação feminina. No contexto dos games, podemos inferir que o empenho dos homens em lembrá-las onde é seu “lugar social” – cozinha, casa – pode ser visto como uma tentativa de subordinar o gênero feminino e, com certeza, uma forma de exclusão do gênero desse ambiente que não lhe cabe. Assim, a expectativa social de que as mulheres devem desempenhar atividades domiciliares implica na diminuição do valor do trabalho, inteligência e capacidade feminina, que acaba relegando-a a um papel secundário, negligenciando suas aspirações, sonhos e conquistas profissionais.

Também é importante destacarmos o que Dawson (1988) fala sobre a relação problemática entre lazer e gênero feminino. Como destaca Gregory (1982) e Clarke e Critcher (1985), o lazer feminino, quando lhes eram permitidos, sempre esteve fadado a ser usufruído dentro de suas casas, de forma que pudesse ser conciliado com suas tarefas domésticas e que de certa forma as mantivessem longe das esferas públicas e relações sociais mais amplas, pois, como evidenciou Dawson (1988), isso facilitaria o controle de seus corpos por seus maridos.

Com o avanço tecnológico e popularização dos *gamers*, isso torna-se ainda mais evidente, pois os corpos femininos que são encontrados nesses meios tendem a ser atacados de diferentes formas (Haraway, 2000). O que nos leva a entender que, ao adentrarem os ambientes de lazer socialmente construídos e predeterminados para homens, as mulheres tornam-se figuras suscetíveis ao repúdio e ao assédio. E diante dessa situação, os usuários homens, muitas vezes, tentam lembrá-las do "seu lugar", reiterando os espaços que elas devem ocupar: a cozinha e o ambiente doméstico, como se essa fosse a única função que lhes fosse permitida.

#### **4.2.2. Zona de reação e posicionamento de subversão**

Aqui encontram-se os discursos de poder referentes a reação das mulheres no ambiente gamer. Esses discursos de poder são: Ruptura feminista (DP3) e Resistência feminista (DP4). Nessa zona, as mulheres *gamers* se/são posicionam/posicionadas como subversivas.

#### **DISCURSO DE PODER 3: RUPTURA FEMINISTA (DP3)**

O DP3 “Ruptura feminista” revela a quebra (ou transformação) das verdades cristalizadas na cultura gamer. Aqui, as "verdades" culturalmente estabelecidas definem os papéis e os espaços a serem ocupados pelos sujeitos, com a masculinidade sendo vista como norma e a feminilidade sendo posta como errada e indesejável. Esse processo de transformação evidencia a importância da presença feminina no universo dos jogos, enquanto propõe a desconstrução das ideologias que reforçam essas exclusões. Trata-se da contestação feminina, diante das ideias preexistentes que naturalizam o domínio masculino sobre a tecnologia e o espaço digital, levando à quebra de padrões preconceituosos que incitam o ataque e assédio ao feminino.

Esse discurso de poder é construído por dois poderes: escapando da emboscada da subjugação (P02) e transformação subversiva (P04). Aqui, esses poderes surgem através dos critérios que são proferidos pelos *gamers*, influenciadores e pelas influenciadoras *gamers* (sujeitos), que buscam a transformação (negociação) de verdades validadas pelo mundo gamer e pelo patriarcado (normatizadores), enquanto as mulheres são posicionadas como subversivas e até mesmo, em alguns momentos, quando ocupam uma posição de submissão (posições).

#### **Poder 2: Escapando da emboscada da subjugação (P02)**

O poder de escapar da emboscada da subjugação (P02) evoca os momentos em que as influenciadoras *gamers*, apesar de serem inicialmente colocadas em situações de subordinação e opressão, demonstram atitudes e ações que visam transformar e mudar essa realidade. Aqui, esse poder é formado pelo discurso de impunidade gamer (D04). Esse discurso é evidenciado através da disputa (materialidade) em que as influenciadoras *gamers*

atuam de forma enraivecida (modalidade) diante da impotência (verdade) que costumam sentir relacionada à *Twitch* e ao CS:GO (arenas).

***Discurso de impunidade gamer (D04): Análise denotativa***

O discurso de impunidade gamer (D04) corresponde à falta de punição aplicada aos usuários que agem com machismo ou misoginia dentro do jogo CS:GO, em eventos *gamers* e dentro da plataforma *Twitch*. Aqui, esse discurso se forma por meio do enunciado: mulheres se sentem impotentes (E30).

Para ilustrar esse discurso, apresentamos na figura 30 e 31 o extrato 13 e 14, que foram recortados de nosso corpus de pesquisa. Esses extratos correspondem ao enunciado “mulheres se sentem impotentes” (E30).

Figura 30 – Extrato 13. Mulheres se sentem impotentes



Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

Figura 31 – Extrato 14. Mulheres se demonstram impotentes



Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

Na análise denotativa dos extratos 13 e 14, podemos inferir que ataques direcionados a mulheres *gamers* são comuns, e muitas vezes elas se sentem impotentes diante das injustiças sofridas. No extrato 13, um trecho de vídeo mostra uma influenciadora gamer reagindo a outro vídeo sobre o machismo nos jogos. Durante sua reação, ela compartilha várias situações em que foi atacada no universo gamer simplesmente por ser mulher. Ao assistir ao vídeo, que retrata outras mulheres sendo atacadas, ela expressa: “Dá até vontade de chorar”. “Acha que é brincadeira, mas pô, eu fui ali para trabalhar.” Fui ali buscar meu sonho [e sou atacada]. “Só quem é mulher sente [como é ser atacada exclusivamente por causa do gênero]”. “Escuta essas piadinhas e tem que ficar lá se mantendo firme”.

No extrato 14, temos o vídeo onde um influenciador narra um episódio onde ele estava jogando no mesmo ambiente com sua namorada e observou ela começar a chorar. Diante disso, ele pegou o fone dela para ouvir o que estava sendo dito e se deparou com ofensas como: “filha da puta”; “sua vadia”. O influenciador afirma ter iniciado uma discussão calorosa com os participantes machistas enquanto sua namorada saía, visivelmente abalada e chorando.

### ***Discurso de impunidade gamer (D02): Análise conotativa***

A análise conotativa dos extratos 13 e 14 nos coloca diante das vezes em que mulheres foram atacadas no mundo dos *gamers* e elas demonstraram desconforto e certa impotência. Essa impotência pode ser inferida através das falas desoladas, enraivecidas e do choro presente em diversos momentos em nosso corpus de pesquisa. Aqui visualizamos a raiva enquanto uma “modalidade” que se “materializa” na disputa por inclusão e pertencimento diante da impotência enquanto uma “verdade” notada, vivenciada pelas mulheres *gamers* na “arena” da comunidade de CS:GO.

O extrato 13 e 14 colocam em evidência os sentimentos compartilhados por mulheres *gamers* nesse universo. O ataque e assédio gratuito realizado, como discutido anteriormente, se faz presente na intenção de manutenção do status quo do sujeito gamer homem que compartilha uma masculinidade hegemônica. Assim, os ataques tentam posicionar as mulheres em um lugar de subjugação, no entanto, destacamos que o comportamento de exposição e discussão sobre o tópico, realizado pelas vítimas, influenciadoras *gamers*, por influenciadores e *gamers*, contribui para um reposicionamento dessas mulheres em um lugar de subversão, pois demonstra uma ação reativa motivada pelo incômodo causado pela impunidade gamer.

Destacamos as ideias de Stuart Hall (2006), que argumenta que as identidades culturais, dentro da cultura de consumo, são moldadas pelo nosso senso de "pertencimento". No contexto dos games, as identidades das mulheres são frequentemente construídas a partir de estereótipos sustentados pela cultura patriarcal, que tenta mantê-las em uma posição de inferioridade. Porém, os ataques direcionados a elas, embora impactem emocionalmente, não as fazem aceitar passivamente essa situação. Pelo contrário, as mulheres buscam conquistar espaços de poder dentro da cultura de consumo, utilizando o consumo de produtos dessa cultura — neste caso, o consumo de games — como uma forma de se afirmar e de reivindicar sua participação, visibilidade e transformação de sua identidade cultural para que consequentemente compartilhem do sentimento de pertencimento dessa cultura.

Diante da situação de vulnerabilidade em que as mulheres são postas, elas reaparecem trazendo uma ideia de ruptura. Essa ruptura é impulsionada pela desconstrução que, como é discutido por Jacques Derrida (2013), prega que os discursos dominantes e as estruturas de poder podem e devem ser desconstruídos através de um processo de reorganização e ressignificação. A desconstrução é então um processo que ocorre na exposição e questionamento das hierarquias e padronizações tidas como naturais na nossa sociedade, como gênero ou seus papéis. Assim, discursos dominantes são colocados em xeque e em uma possível situação de mudança.

#### **Poder 4: Transformação subversiva (P04)**

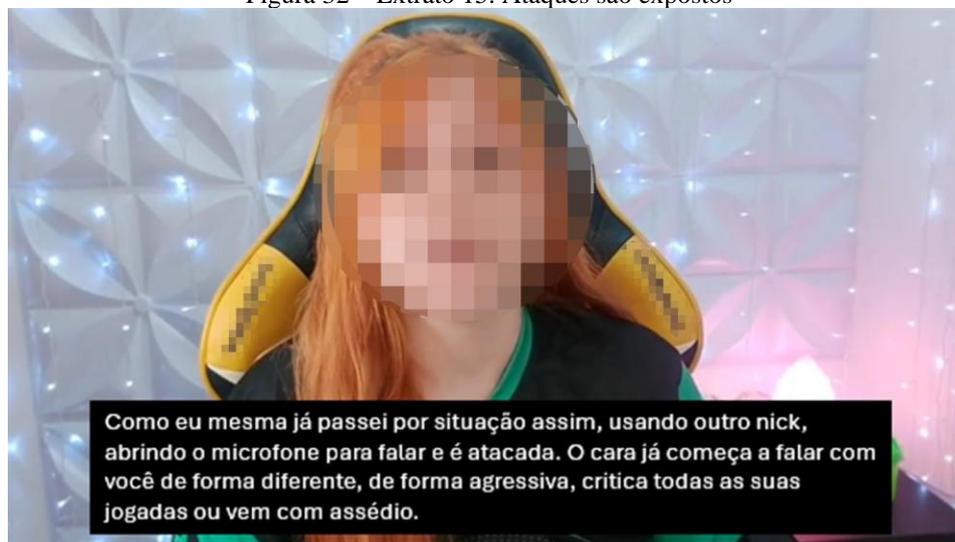
O poder de transformação subversiva (P04) corresponde à ideia de luta para provocar alterações no mundo gamer. Esse poder é composto pelo discurso de revolta feminina (D08). Esse discurso é proferido com tom enraivecido (modalidade) através da denúncia (materialidade) aplicada à exclusividade masculina (verdade) na comunidade de CS:GO (arena).

#### ***Discurso de revolta feminina (D08): Análise denotativa***

O segundo discurso do poder de transformação subversiva (P04) é o de revolta feminina (D08). Ele refere-se às ações de luta das mulheres contra o sistema dominante na cultura gamer. Esse discurso aparece por meio dos enunciados: a comunidade é um campo de preconceitos (E01), o ataque ultrapassa os limites digitais (E31) e os ataques são expostos (E32).

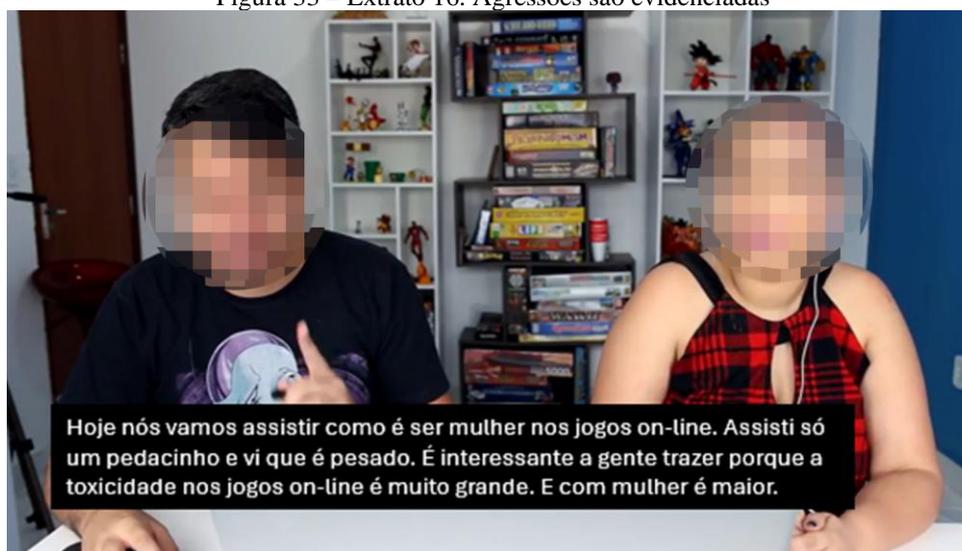
Esse discurso está representado no extrato 15 e 16, na figura 32 e 33, e equivale ao enunciado “ataques são expostos” (E32).

Figura 32 – Extrato 15. Ataques são expostos



Fonte: Corpus de pesquisa (2025)

Figura 33 – Extrato 16. Agressões são evidenciadas



Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

As figuras 32 e 33 representam vídeos do nosso corpus de pesquisa nos quais são narradas e evidenciadas várias formas de ataques realizados às mulheres *gamers*. O primeiro trata-se de uma narrativa em primeira pessoa de uma influenciadora digital e membro de um time profissional de CS:GO. Neste, a jogadora profissional afirma já ter sido vítima de diversos ataques, incluindo exclusão, agressão e assédio. E o segundo se refere a um vídeo de *react* (reagir), que consiste na análise e exposição de outro vídeo ao qual se comenta, reage. Neste, dois influenciadores expõem e criticam as ações de ataques direcionados a mulheres nos games.

### ***Discurso de revolta feminina (D08): Análise conotativa***

Analisando conotativamente os extratos 15 e 16, percebemos a exposição de forma crítica dos assédios e ataques machistas e misóginos na cultura gamer e conseqüentemente no CS:GO. Essa exposição se “materializa” a partir da denúncia que apresenta uma “modalidade” enraivecida e entristecida ao criticar a “verdade” da exclusividade gamer dentro da “arena” da comunidade player.

Os extratos 15 e 16 podem ser vistos como uma ação que vai de encontro às regras implícitas e explícitas que regem a comunidade player. Ou seja, quando expõem, denunciam ou compartilham experiências de ataques sofridos nos jogos e transmissões ao vivo, as mulheres *gamers* reagem a agressões e realizam uma ruptura com as normas enraizadas na cultura patriarcal que dominam esses espaços.

A exposição não deve ser vista como alimentação aos ataques, mas, como destaca Foucault (2014a), um impulso para mudança, uma forma de desafiar e dismantelar as "verdades cristalizadas" problemáticas e dar espaço para uma reconstrução possível. E, como Haraway (2000) destaca, o manifesto ciborgue emerge como uma ferramenta de subversão nos ambientes digitais. Nesse contexto, podemos inferir que a ação de exposição e crítica dos ataques misóginos e machistas pode ser interpretada como um verdadeiro manifesto ciborgue. E esses corpos ciborgues, ao denunciar e quebrar os padrões de opressão, transformam a denúncia em uma arma de ruptura social.

Além do exposto, é importante destacar o papel dos influenciadores digitais enquanto disseminadores de conteúdo. Como Delbaere, Michael e Phillips (2020) e Karhawi (2017) salientam, os influenciadores digitais são capazes de gerar impulsos positivos na sociedade através de sua posição de influência. Assim, podemos inferir que o movimento de influenciadores de apoiar, discutir e denunciar os ataques às mulheres *gamers* pode ser capaz de impactar parte da sociedade e, dessa forma, chamar a atenção para a causa e conseqüentemente provocar mudanças no cenário do CS:GO e na comunidade player no geral.

## **DISCURSO DE PODER 4: RESISTÊNCIA FEMINISTA (DP4)**

O DP4 “Resistência feminista” evidencia as ações de resistência que incidem na construção ou cristalização de novas verdades dentro da cultura gamer. Essas “novas verdades” surgem a partir da luta das mulheres *gamers* para serem aceitas nesse universo. Elas são impulsionadas pelo endossamento de ideias de valorização, aceitação e pertencimento das mulheres nesse universo. As mulheres que desafiam esse sistema, ao se inserirem e se posicionarem ativamente nesse espaço, buscam a reconfiguração das normas que perpetuam a exclusão e a marginalização de sua presença no cenário dos jogos. Este movimento visa então dismantelar os estereótipos, construindo novas visões do que é ser mulher gamer.

Esse discurso de poder se forma através da execução de dois poderes: endossamento à subversão (P05) e subversão feminista (P06). Aqui, esses poderes se constroem por meio dos critérios de endossamento (negociação) da subversão das mulheres *gamers* (posição) pelos consumidores, *gamers*, influenciadores, influenciadoras *gamers*, marcas e patrocinadores (sujeitos) com base em normas do mundo gamer, do padrão de beleza e do feminismo e (normatizadores).

### **Poder 5: Endossamento a subversão (P05)**

O poder de endossamento à subversão (P05) endossa e valida verdades que implicam na execução do fortalecimento da presença e união da comunidade gamer em prol da inclusão e respeito às mulheres nesse meio com base nas normatizações do mundo gamer e do padrão de beleza. Esse poder é formado por seis discursos que são: integração ao universo gamer (D06), desafiando as regras do jogo (D07), rebeldia feminina (D08), ação antidiscriminatória (D09), celebração da feminilidade (D10) e transformando hobby em renda (D11). Aqui, esses discursos são proferidos dentro da cultura gamer; comunidade de CS:GO; *Twitch* e; no mercado de trabalho (arenas), afirmando (materialidade) de forma descontraída; motivadora; objetiva; orgulhosa; preocupada; transgressiva e; validadora (modalidades), que as mulheres jogam melhor que os homens; as mulheres são bem-vindas no universo gamer; que as mulheres são maioria nos games; que o feminino é valorizado; que é válido fazer apologia à drogas; que o CS:GO possibilitou um hobby tornar-se um trabalho profissional; que o CS:GO é inspirador; que a carreira de gamer é desafiadora; que a *Twitch* é fonte de renda; que é

positivo fazer parcerias com as marcas e; que é comum usar estratégias mercadológicas (verdades).

***Discurso integração ao universo gamer (D06): Análise denotativa***

O primeiro discurso do poder de endossamento à subversão (P05) é o de integração ao universo gamer (D06), que fala sobre as formas de incorporação de elementos do universo *player* pelas mulheres, resultando em seu pertencimento na cultura gamer. Ele se forma por meio dos enunciados: humor gamer é marcado por viés sexual (E10) e parte da comunidade faz apologia ao uso de drogas (E33).

Para nos debruçarmos sobre o discurso de integração ao universo gamer (D06), apresentamos recortes do nosso corpus de pesquisa referentes ao enunciado de “parte da comunidade gamer faz apologia ao uso de drogas” (E33), que está representado nos extratos 17 e 18, nas figuras 34 e 35.

Figura 34 – Extrato 17. Comunidade faz apologia às drogas

**SedexNINE:** se tiver no rj vem que tem KKKKK

**SedexNINE:** no precin KKKKKKK

 **LucasMFA:** qnt tu acha o dry por ai ? aqui no max é uns 40/60

 **LucasMFA:** ice 90/120

 **kfoloni2:** JA O HAXIXI E COM ALCOOL

 **kfoloni2:** KKKKKK

**SedexNINE:** e feito ne ?

**SedexNINE:** pode cre

 **mazekeen\_walker014:** dry é top eu e minha mina fuma ele ou a gente pega um prensado quando o dry tá em falta

 **kfoloni2:** ANTES EU FUMAVA MACONHA  
ORA CARAIO HOJE EM DIA NAO FUMO MAS SO DRY E ICE

 **LucasMFA:** é q hash é mais geral né, foda q tem os marrom/preto q é zoado, de resto é tudo uma delícia

**SedexNINE:** to nas flores kkkk

 **LucasMFA:** os famoso preto uva, zoado

**SedexNINE:** eu fumo todo dia, inclusive nesse momento kkk

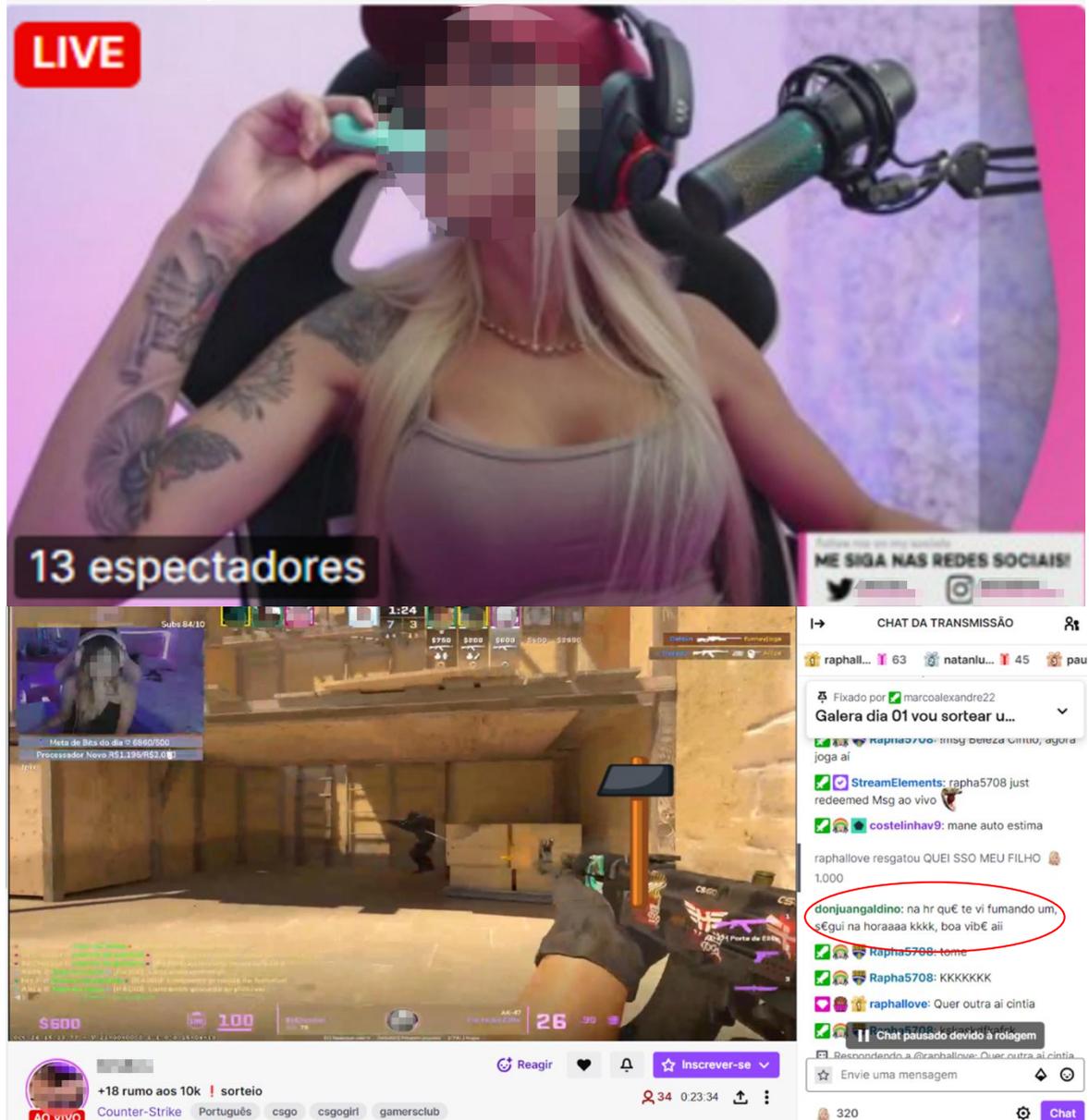
 **mazekeen\_walker014:** @kfoloni2 ice é brabo mais tá mais caro

**SedexNINE:** to fumando ice

   **StreamElements:** Faça sua donate através de bits ou pix e me ajude a continuar trazendo muitas livezinhas! ❤️

**SedexNINE:** e tem uma bola de pretin aqui, peguei merreaca kk

Figura 35 – Extrato 18. Influenciadoras gamers fazem apologia às drogas



Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

A análise denotativa dos extratos 17 e 18 evidencia momentos em que a comunidade gamer demonstra um padrão normativo ao usar drogas. No extrato 17 temos passagens onde consumidores comentam, validam e afirmam o uso de drogas, nos comentários de lives das influenciadoras. Essas passagens são:

“se tiver no rj vem que tem kkkkk”.

“no precin kkkkkkk”.

“qnt tu acha o dry por ai? aqui no max é uns 40/60”.

“ice 90/120”.

[...]  
 “já o haxixi e com alcool”.  
 “kkkkkk”.  
 “e feito ne?”.  
 “pode cre”.  
 “dry é top eu e minha mina fuma ele ou a gente pega um prensado quando o dry tá em falta”.  
 “antes eu fumava maconha ora caraio hoje em dia nao fumo mas so dry e ice”.  
 “é q hash é mais geral né, foda q tem os marrom/preto q é zoado, de resto é tudo uma delícia”  
 “to nas flores kkkk”.  
 [...]  
 “os famoso preto uva, zoado”  
 “eu fumo todo dia, inclusive nesse momento kkk”  
 “ice é brabo mais tá mais caro”  
 “to fumando ice”.  
 [...]  
 “e tem uma bola de pretin aqui, peguei merreaca kk”.

E no extrato 18, verificamos vezes em que influenciadoras *gamers* fazem uso de cigarro eletrônico e de maconha durante as lives. Em uma delas, visualizamos o uso claramente e na outra visualizamos o comentário de um consumidor validando o uso da influenciadora quando fala: “na hr que te vi fumando um (cigarro de maconha), segui na horaaaa kkkk, boa vibe ai”.

### ***Discurso integração ao universo gamer (D06): Análise conotativa***

Analisando conotativamente os extratos 17 e 18, percebemos a integração das influenciadoras *gamers* por meio dos esforços de pertencimento através da utilização de drogas, que pode ser vista como uma característica normativa da cultura gamer. Essa integração é realizada por meio da “modalidade” descontraída que evidencia a “materialização” da afirmação de que o uso de drogas é visto como uma característica “verdadeira” de alguns integrantes da comunidade player.

Com base no extrato 17, podemos inferir que o uso de drogas e apologia a elas é normalizado dentro da comunidade. Já que é comum lermos ou ouvirmos termos como "vape", "maconha", "dry", "haxixe ice" e "estou nas flores", que referenciam drogas não legalizadas no Brasil, evidenciando uma naturalização do uso dessas substâncias. Pois, como Thurnell-Read (2024) destaca, as noções de pertencimento e aceitação em comunidades incluem a incorporação e consonância com as normalidades e costumes da determinada cultura, mas não apenas isso. O autor destaca ainda a fala de Jackson (2020), para evidenciar que além das “práticas organizadas” compartilhadas, também existe uma energia comunitária carregada de sentimentos e familiaridade de convivência entre os membros.

Essa energia comunitária, no contexto dos games, pode ser sentida ao nos debruçarmos sobre os extratos que evidenciam pelo menos dois aspectos explícitos: o primeiro é a identificação com as influenciadoras que fazem uso de substâncias ilícitas, como vemos no comentário “na hr que te vi fumando um (cigarro de maconha), segui na horaaaa kkkk, boa vibe aí”. E o segundo aspecto é justamente a conversa entre os consumidores que compartilham seu conhecimento e formas de uso com outros consumidores, incluindo indicação de valores e sabores para o consumo, como nas frases: “se tiver no rj vem que tem kkkkk”; “no precin kkkkkkk”; “qnt tu acha o dry por ai? aqui no max é uns 40/60”; “ice 90/120”. E nas falas: “é q hash é mais geral né, foda q tem os marrom/preto q é zoad, de resto é tudo uma delícia”; “os famoso preto uva, zoad”; “e tem uma bola de pretin aqui, peguei merreaca kk”.

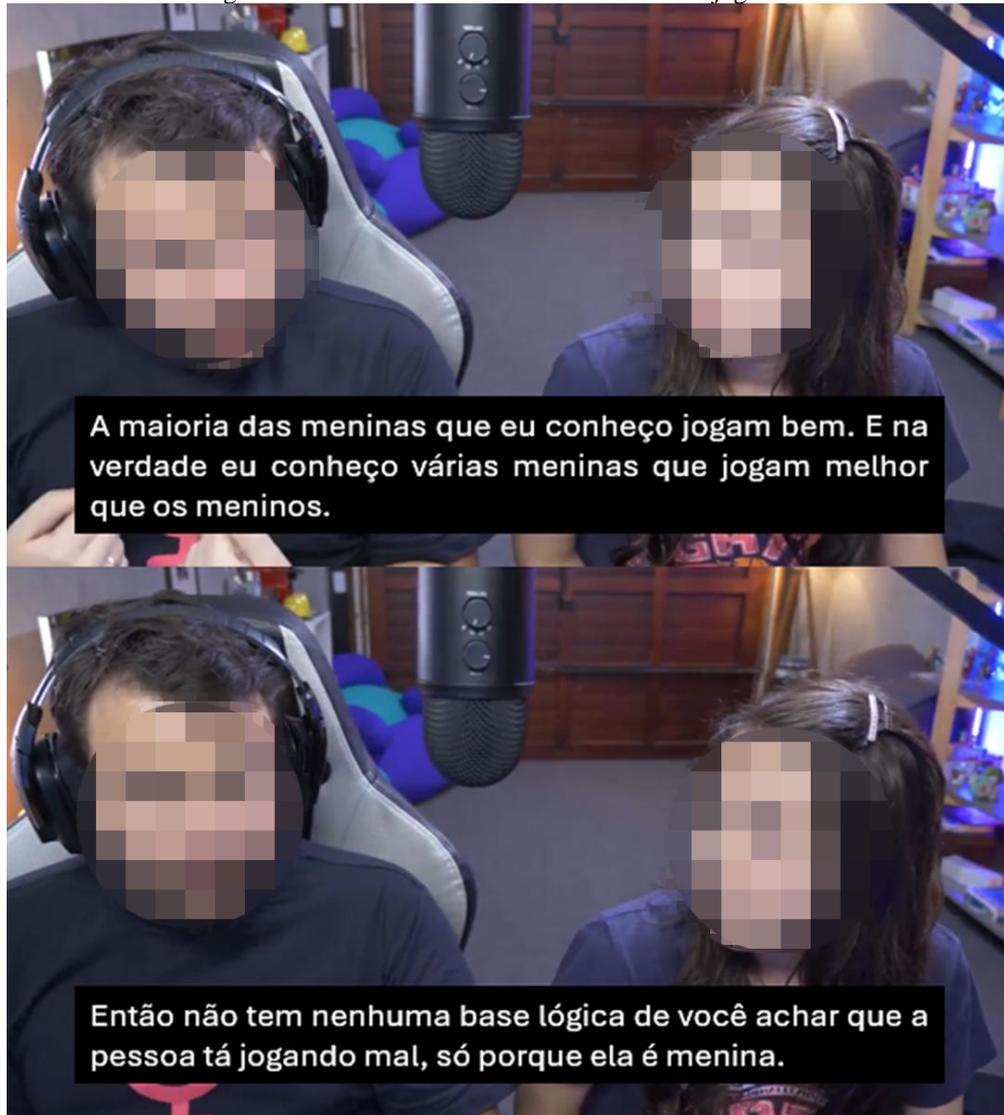
Além do apresentado, os recortes dos extratos 17 e 18 também podem ser vistos tanto como uma contribuição para uma narrativa que pode desviar a atenção das questões de saúde e segurança associadas ao uso de drogas, principalmente se tratando de um discurso perpassado pelas figuras das influenciadoras *gamers*. Como também, ao nos basearmos no trabalho de Firks (2024) sobre subculturas, mais especificamente a subcultura *raver*, podemos expandir sua análise para a cultura gamer, inferindo que o uso de drogas pode ser interpretado como um ato de rebeldia, independência e expressão da juventude dentro da comunidade player e de outras subculturas.

### ***Discurso desafiando às regras do jogo (D07): Análise denotativa***

O segundo discurso constituinte do poder de endossamento à subversão (P05) é o de desafio às regras do jogo (D07). Ele se compõe dos enunciados: mulheres são maioria (E34); mulheres são melhores (E35) e CS:GO desperta bons sentimentos (E36).

Para refletir sobre o discurso de desafio às regras do jogo (D07), extraímos recortes de nosso corpus de pesquisa para ilustrar o enunciado “mulheres são melhores” (E35). Este enunciado está apresentado na figura 36, pelo extrato 19.

Figura 36 – Extrato 19. Mulheres são melhores jogadoras



Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

A figura 36 traz o extrato 19, que apresenta um recorte de um vídeo de nosso corpus de pesquisa que demonstra a fala de um influenciador gamer que afirma que a maioria das jogadoras que ele conhece joga bem CS:GO e que, inclusive, muitas se saem melhor do que os homens. O influenciador ainda destaca que isso significa que não existe raciocínio lógico por trás das ofensas e exclusões de mulheres no mundo dos games.

***Discurso desafiando às regras do jogo (D07): Análise conotativa***

Iniciando a análise conotativa do extrato 19, destacamos a afirmação de que mulheres podem ser melhores jogadoras do que homens no CS:GO, evidenciando que a diferença entre os gêneros não afeta aspectos como a jogabilidade, agilidade ou performance.

Assim, o discurso de ataque e exclusão das mulheres perde força, uma vez que não pode mais ser utilizado como justificativa para tal. Isso é inferido a partir da “materialização” da afirmação com “modalidade” transgressiva das “verdades” que o CS:GO é inspirador; que mulheres são maioria na “arena” da comunidade player e que mulheres são jogadoras superiores na “arena” do CS:GO.

O extrato 19 evidencia o discurso que existe dentro da comunidade gamer e que é propagado por alguns influenciadores e consumidores, o discurso de que mulheres são tão boas quanto homens nos games, às vezes até melhores. A aparição desse discurso já sugere uma alteração nas normas que tradicionalmente regem a cultura gamer, pois o discurso de que aspectos corporais, sexo e gênero implicariam na performance das jogadoras acaba sendo contrariado, passando a existir uma força discursiva concorrente e opositora como um ato de resistência.

Porém, é importante destacar que a aparição desse discurso deve ser vista com determinada cautela, pois, como Butler (1990) destaca, o gênero é performado a partir de construções sociais que são aplicadas a ele em determinado espaço-tempo. No espaço dos games ainda existem forças de diferentes direções que propagam e reduzem o corpo feminino a um objeto sexual e a falta de capacidade de jogabilidade, como, por exemplo, as representações das mulheres nos *gamers*, ou a falta de acesso ou incentivo de mulheres nos games (Cote, 2018) que tendem a preservar e usar a diferença de corpos como uma justificativa para a exclusão feminina.

Neste sentido, o reconhecimento de que os corpos de diferentes gêneros são capazes iguais de atingir uma alta jogabilidade é válido e significativo, mas devemos lembrar que o ambiente gamer é estruturalmente masculino (Kivijärvi, Katila, 2022) e que, como Hooks (2000) argumenta, a verdadeira mudança só ocorre quando as mulheres não são apenas reconhecidas por suas habilidades, mas quando as estruturas que as oprimem são desconstruídas, o que vai ao encontro das colocações de Foucault (2015), ao chamar atenção para a mudança de forma estrutural nos pilares de sustentação das normalidades pré-definidas socialmente.

### ***Discurso de insurgência feminina (D08): Análise denotativa***

O terceiro discurso do poder de endossamento à subversão (P05) é o de insurgência feminina (D08), que se trata do comportamento reativo das mulheres motivadas pelos sentimentos de indignação e raiva com relação às formas de exclusão e agressão direcionadas

a elas no mundo dos games. Esse discurso se forma pelos enunciados: bam torna-se autodefesa feminina (E37); comunidade luta por um ambiente inclusivo (E38) e machistas e misóginos são enfrentados (E39).

Buscando refletir sobre o discurso apresentado, foram extraídos recortes de nosso corpus de pesquisa que exemplificam o enunciado “machistas e misóginos são enfrentados” (E39), na figura 37 e 38, através dos extratos 20 e 21.

Figura 37 – Extrato 20. Vota para tirar esse idiota



Fonte: Corpus de pesquisa (2025)

Figura 38 – Extrato 21. Vai aprender a jogar antes de entrar em competitivo



Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

Na análise denotativa do extrato 20 e 21, na figura 37 e 38, observamos reações de jogadoras de CS:GO ao serem atacadas durante as partidas.

No extrato 20, a jogadora reclama do comportamento do jogador de sua própria equipe que está atrapalhando sua jogabilidade, seguindo e matando seu avatar. A jogadora o chama de burro e idiota, inicia e pede a ajuda de outros participantes para expulsá-lo da partida, em seguida revida disparando tiros contra o avatar do jogador e acaba o matando.

Já no extrato 21, a jogadora reage aos ataques, expondo que já foi feita uma denúncia e que está gravando os ataques. Ela faz piada com o nível de jogabilidade baixo (1/9) do jogador que profere os ataques, manda-o aprender a jogar antes de ir para o cenário competitivo e destaca que seu comportamento agressivo é resultado do “recalque” que ele sente, pois não aceita que mulheres joguem melhor do que ele.

### ***Discurso de insurgência feminina (D08): Análise conotativa***

A partir da análise conotativa do extrato 20 e 21, percebemos às vezes em que mulheres *gamers* atacadas se posicionam como subversivas e contra-atacam seus agressores. Denunciando-os de forma “material”, com um “tom de voz” enraivecido, lutando para que a “arena” da comunidade gamer tenha atitudes de antidiscriminação e que os sexistas sejam desmascarados, criando assim uma “verdade” de que as mulheres são melhores na arena do CS:GO.

A reação denunciativa das jogadoras coloca holofotes sobre um problema naturalizado, culturalmente enraizado e que tem prejudicado há muito tempo as mulheres na tecnologia, como evidenciado por Kivijärvi e Katila (2022), Naidoo, Coleman, Guyo, (2019) e Fullerton, Morie, Pearce (2008). De acordo com Kivijärvi e Katila (2022), o ambiente gamer é constituído por uma predominância de conteúdos e interações voltadas para um público masculino, o que contribui diretamente para a marginalização das jogadoras, que se veem muitas vezes como consumidoras secundárias ou invisíveis. Dessa forma, os ataques expostos e revidados tanto denunciam os mecanismos de desigualdade de gênero que existem na cultura como colocam em xeque as estruturas comerciais que sustentam, criam e definem a caracterização do universo gamer.

A prática de expor, denunciar e reagir aos agressores, evidenciada nos extratos 20 e 21, ainda pode ser vista como uma ação com caráter de responsabilização direta daqueles que, através de ataques, pretendem desmotivar e excluir mulheres daquele ambiente. Isto pode ser analisado através dos argumentos de Foucault (2020) que ressaltam que a exposição e

denúncia pública, enquanto mecanismos de vigilância social, passam a ser ferramentas de controle e execução de poder. Neste caso, podemos observar que as mulheres *gamers*, ao reagirem e exporem, passam a ocupar uma posição poderosa na qual elas passam de subjugadas a subversivas (Baxter, 2003), executando então o poder de exposição de seus agressores (Foucault, 2020), para subverter a dinâmica de poder previamente estabelecida (Baxter, 2003), desafiando a cultura de impunidade e contribuindo para a criação de novas verdades.

### ***Discurso de antidiscriminação (D09): Análise denotativa***

O quarto discurso identificado no poder de endossamento à subversão (P05) é o de antidiscriminação (D09). Esse discurso se estrutura nos enunciados: comunidade cria um ambiente acolhedor (E38); presença feminina impulsionada (E40); comunidade gamer acolhe pessoas LGBTQIAPN+ (E41); mulheres *gamers* são defendidas (E42); influenciadoras *gamers* são exaltadas (E43); jogadoras profissionais de CSGO inspiram (E44); figuras *gamers* importantes incentivam a entrada de mulheres (E45) e homens *gamers* demonstram respeito (E46).

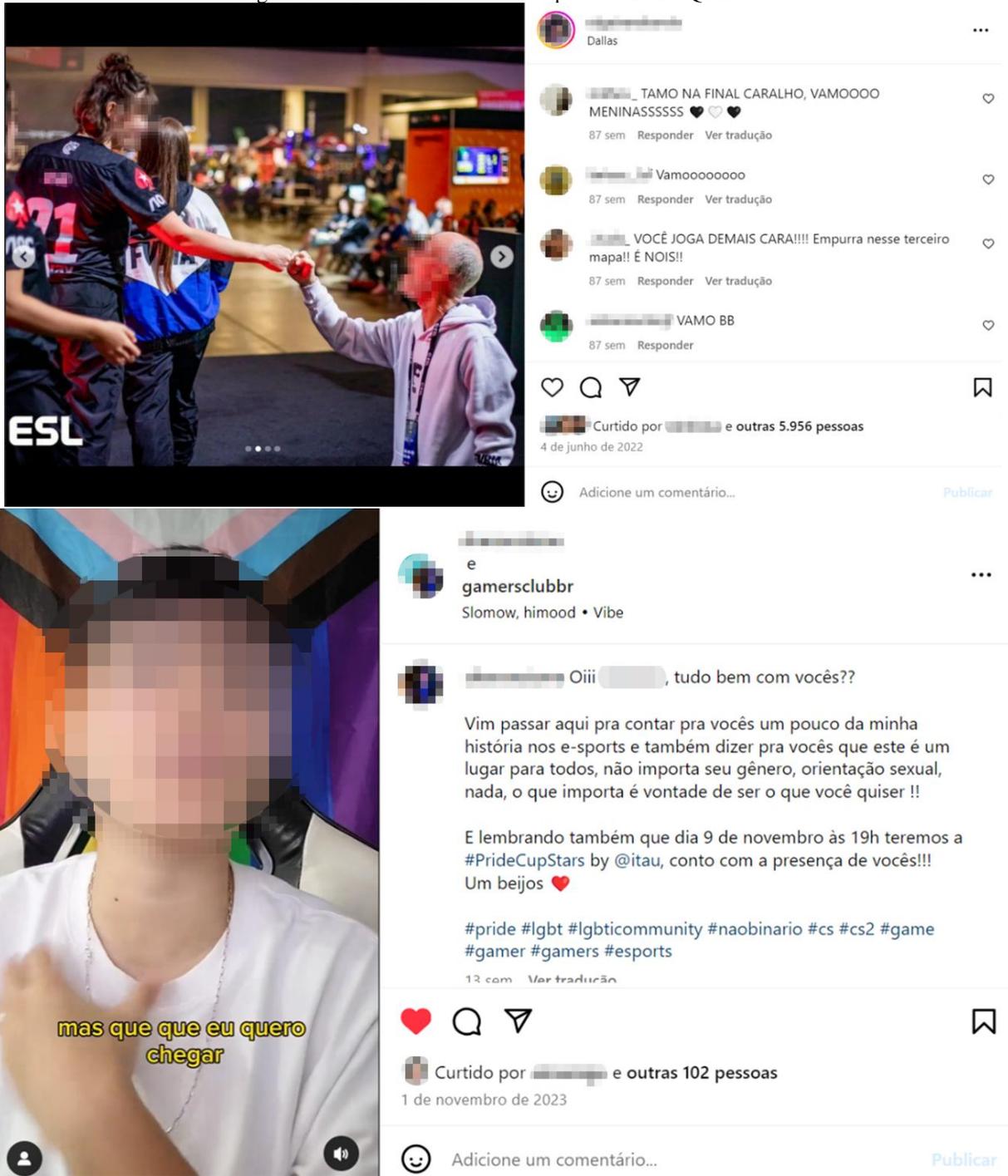
Para analisarmos esse discurso, nos debruçaremos sobre o enunciado “comunidade cria um ambiente acolhedor” (E38). Que está representado pelos extratos 22 e 23, na figura 39 e 40.

Figura 39 – Extrato 22. Acolhendo mulheres



Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

Figura 40 – Extrato 23. Acolhendo pessoas LGBTQIAPN+



Fonte: Corpus de pesquisa (2025).

A figura 39 traz o extrato 22, que exemplifica o acolhimento e incentivo de mulheres no CS:GO. Esse acolhimento é identificado através de um dos vídeos de nosso corpus de pesquisa, que traz uma influenciadora e jogadora profissional de CS:GO que mostra e fala sobre a importância e reconhecimento de um time profissional feminino de CS:GO, no que diz respeito às mudanças no cenário e à atração e inspiração de novas jogadoras.

Já a figura 40, com o extrato 23, apresenta o acolhimento à comunidade LGBTQIAPN+. Esse acolhimento pode ser visualizado a partir de uma postagem em que uma jogadora profissional trans recebe o incentivo e apoio de seus fãs e seguidores diante de um campeonato profissional. Seguindo no mesmo extrato, temos outra postagem em que uma influenciadora jogadora profissional de CS:GO destaca que o mundo dos games é um lugar para todos, independentemente de questões de gênero ou orientação sexual.

### ***Discurso de antidiscriminação (D09): Análise conotativa***

Seguindo para a análise conotativa dos extratos 22 e 23, destacamos as vezes em que a comunidade gamer cria ações de acolhimento para pessoas diversas, com o intuito de gerar transformações estruturais na cultura em que está inserida. Essas ações são “materializadas” na afirmação, apoio, reforço e na premiação, de “modo” orgulhoso, motivador e defensivo, de que se torna “verdade” que mulheres são bem-vindas nas “arenas” da comunidade de CS:GO e na cultura gamer como um todo. No apoio de “modo” motivador de que se torna “verdade” que a “arena” do ambiente gamer é antidiscriminatório. E na disputa, de “modo” orgulhoso, para que o acolhimento da comunidade LGBTQIAPN+ seja uma “verdade”, na “arena” do mundo gamer.

Considerando Hall (2006), ao dizer que as práticas culturais não são fixas, mas estão sempre em movimento, podemos observar essa dinâmica nos extratos 22 e 23, que revelam um discurso contrário ao que, até então, era estabelecido como práticas culturais válidas dentro da comunidade gamer. Esse novo discurso pode ser interpretado como uma forma de resistência às “verdades” previamente compartilhadas e aceitas na cultura, desafiando as normas e as convenções estabelecidas até aquele momento.

No extrato 22, verificamos a força feminina nos times profissionais de CSGO, com o aumento, aceitação e incentivo às jogadoras, impulsionados pela comunidade de produtores e organizadores de campeonatos profissionais, que se interessam em realizar e promover os jogos femininos, assim como o incentivo dos seguidores, consumidores e fãs das jogadoras, que reforçam esse apoio através de comentários e curtidas. O apoio dos fãs pode ser entendido à luz da ideia de Jenkins (2006), que propõe uma cultura de consumo participativo, onde os consumidores consomem e validam ou “cancelam” práticas culturais, influenciando ativamente as dinâmicas e comportamentos dentro desse universo. Nesse contexto, a validação dos consumidores pode funcionar como um impulso para a transformação cultural

demandada pelas mulheres na comunidade gamer, resultando em maior força no movimento de resistência e aceitação, além de ampliar suas possibilidades de realização.

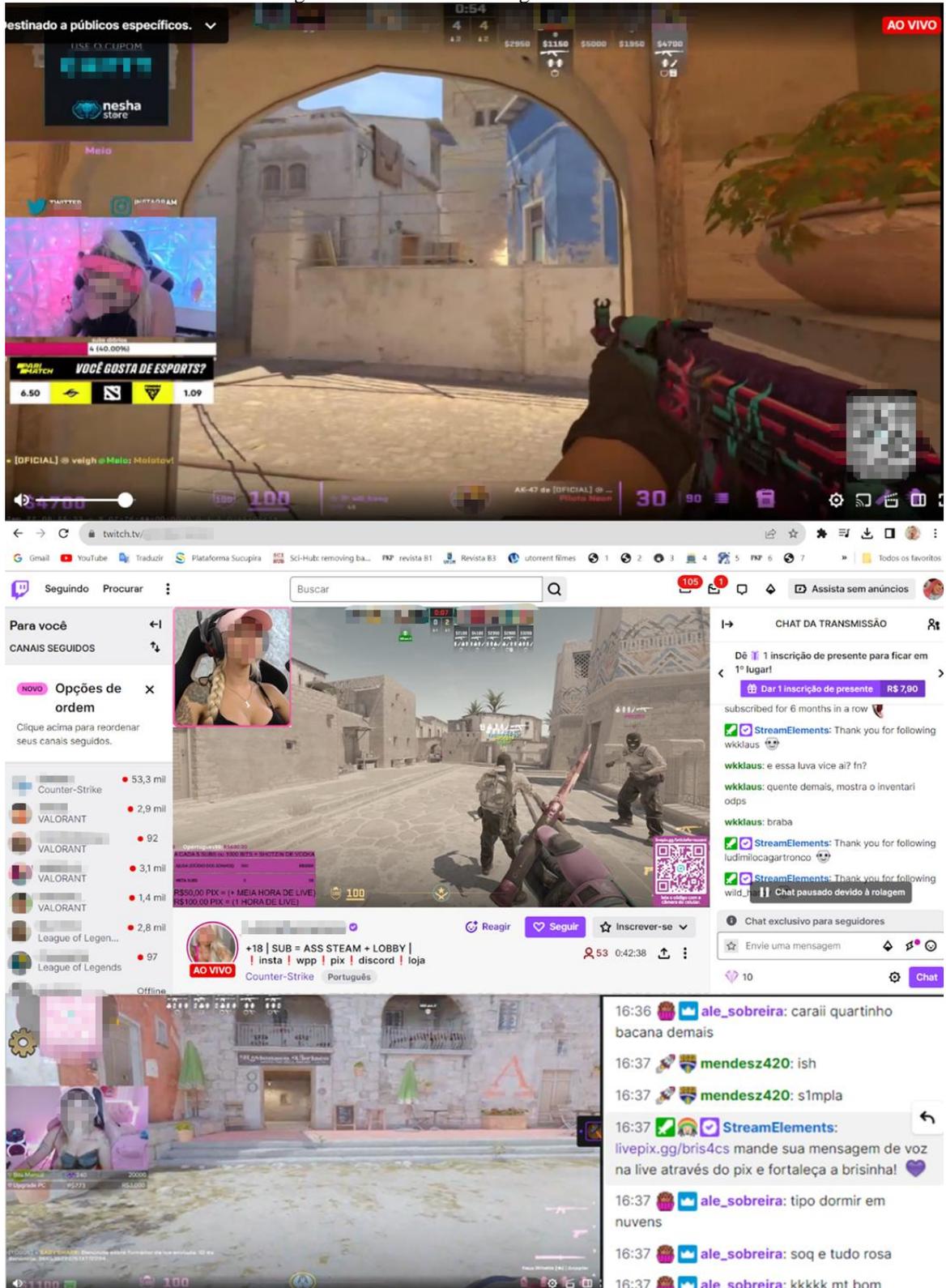
No extrato 23, observamos uma foto em que uma jogadora trans de CS:GO recebe o apoio de um membro do time (psicólogo). De forma conotativa, podemos observar o toque de mãos que transmite esse apoio de maneira clara e direta. O aspecto significativo dessa cena está no fato de que o profissional, um homem mais velho, demonstra sua aceitação, sua aprovação e orgulho em trabalhar com o time feminino, coisa que foge do curso “natural” machista e misógino do mundo gamer. Além disso, o gesto levanta aspectos geracionais, já que a liberdade e aceitação da comunidade LGBTQIAPN+ se tornou mais visível e significativa nas últimas décadas, especialmente entre as gerações mais jovens. Como destaca Foucault (2014a), as verdades pré-estabelecidas na sociedade podem ser contestadas e novas verdades podem surgir através de comportamentos desafiantes e de resistência. Logo, o gesto de toque de mãos pode ser interpretado como uma quebra de padrões tradicionais, nos quais a exclusão e os maus-tratos às mulheres eram, até então, vistos como uma "verdade" aceita dentro da comunidade gamer.

#### ***Discurso de celebração da feminilidade (D10): Análise denotativa***

O quinto discurso do poder de endossamento à subversão (P05) é o de celebração da feminilidade (D10), que torna evidente as formas de validação, expressão e celebração da feminilidade no mundo gamer. Ele aparece por meio dos enunciados: jogadoras são pika (E18); influenciadoras *gamers* são corpos belos (E20); mulheres *gamers* são desejadas (E29); influenciadoras *gamers* referenciam ao feminino (E47).

O enunciado “influenciadoras *gamers* referenciam ao feminino” (E47) está representando o discurso em questão, nas figuras 41, 42 e 43, através dos extratos 24, 25 e 26.

Figura 41 – Extrato 24. Artigos feminilizados



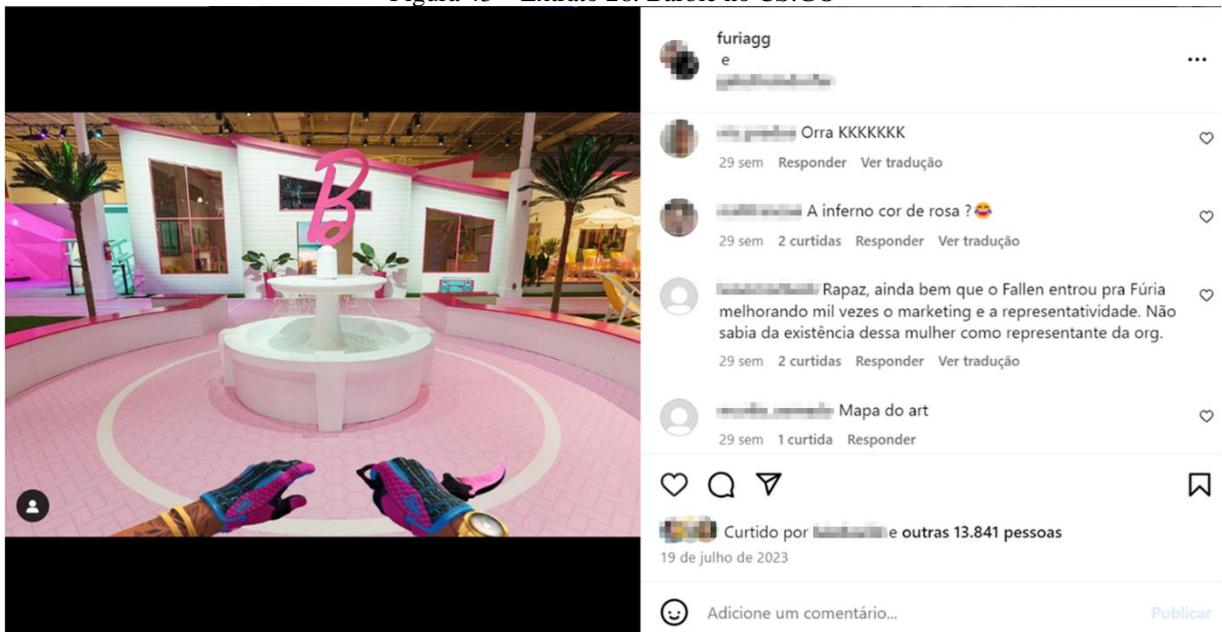
Fonte: Corpus de pesquisa (2025)

Figura 42 – Extrato 25. Influenciadoras referenciam ao feminino



Fonte: Corpus de pesquisa (2025)

Figura 43 – Extrato 26. Barbie no CS:GO



Fonte: Corpus de pesquisa (2025)

Adentrando a análise denotativa, ao observarmos o extrato 24, no qual as influenciadoras *gamers* utilizam artigos feminilizados em suas lives, são eles: fone de ouvido, boné, decoração do quarto, layout da live, luvas e armas cor de rosa, que é uma cor que foi naturalizada culturalmente como representativa do feminino.

No extrato 25, observamos a referência ao feminino de outra forma, vemos a foto da influenciadora de salto alto, considerado um outro símbolo de feminilidade.

E no extrato 26, temos uma postagem de um time profissional de CS:GO juntamente com uma de suas jogadoras. Na postagem, motivada pelo lançamento do filme “Barbie” de 2023, observamos a possível criação de cenário/mapa cor de rosa e com a letra “B” referenciando o filme citado. Esta imagem foi assimilada por um dos comentadores ao mapa do jogo chamado de “inferno” (provavelmente pela existência de uma fonte parecida), como apresentado na figura 44.

Figura 44 – Fonte mapa “Inferno”



Fonte: Corpus da autora (2025).

### ***Discurso de celebração da feminilidade (D10): Análise conotativa***

Conotativamente, os extratos 24, 25 e 26 nos revelam algumas formas de feminilização do CS:GO. Essa feminilização ocorre de “modo” validador, motivador e orgulhoso ao se “materializar” na afirmação e no empoderamento das “verdades” de que o feminino é válido e que a beleza feminina é primordial na “arena” da comunidade de CS:GO.

O extrato 24, evidencia a consonância das influenciadoras *gamers* que decidem não ocultar sua feminilidade, assumindo não apenas seus nicks femininos, mas utilizando artifícios off-line (decoreção de quarto, fone de ouvido, boné) e on-line (layout da live, skins) femininos, podendo representar uma ação de resistência na insistência de sua presença na comunidade de CS:GO de forma explícita e reforçando aspectos caracterizadores de seu

gênero, pois como já discutido nesse trabalho, com base em Shaw (2014) que diz que os jogos digitais são um ambiente majoritariamente composto por jogadores homens, brancos, e heterossexuais que compartilham de uma masculinidade tóxica ou como chama Connell (2020) uma masculinidade hegemônica, logo a ação das influenciadoras de se mostrarem como mulheres e performarem sua feminilidade (Butler, 1990) resulta em uma ação de resistência (Foucault, 2014a).

No extrato 25, a feminilidade da influenciadora é evidenciada pelo uso de um salto alto, um item tradicionalmente associado ao gênero feminino e de grande relevância na cultura Drag Queen. O salto alto, como peça de vestuário, pode ser interpretado à luz das colocações de Entwistle (2000), que define a moda como um elemento simbólico que assina, cria e modifica nossas identidades, tornando-se parte de nós, uma extensão de nosso corpo. Assim, o salto aqui pode representar uma extensão do corpo da influenciadora que o utiliza a partir de um propósito simbólico para expressar sua feminilidade. Pois, como Barnard (2013) disse, as formas de vestir são uma expressão visual que comunica significados, ou, como Butler (1990) diria, é uma expressão performática de gênero.

Nesse extrato, chamamos a atenção também para os comentários na foto da influenciadora. O primeiro comentário sugere que ela ficaria melhor com tênis, um tipo de calçado geralmente associado aos membros da cultura gamer e ao universo nerd em geral. Como Barthes (1990) destaca, o corpo é um texto cultural expressivo, pois, antes mesmo que o indivíduo faça uso da fala, o discurso do corpo — que constrói nossa identidade — é manifesto através de nossas vestimentas e escolhas estéticas.

Dessa forma, o uso de um artefato que não corresponde aos padrões normativos da cultura gamer, como o salto alto, pode ser interpretado, à luz de Hebdige (2012), como um ato de resistência, negociação cultural e subversão. Esse gesto transforma o corpo vestido em um veículo capaz de desafiar o status quo, já que, como Breward (2015) destaca, a moda — em contextos contraculturais — é uma maneira de reafirmar nossa subjetividade e desafiar normas pré-estabelecidas.

Em seguida, aparecem outros comentários que validam e elogiam a escolha do salto alto. Exemplos disso são os corações ♥ ♥ ♥ ♥ ♥, que, nesse contexto, indicam aprovação, apreciação, carinho e "curtidas". Outro comentário diz: “mano slc vc eh mt linda”, ou seja, “Mano, você é louco? Você é muito linda”. Também aparece o comentário “criiido”, ou seja, “credo”, como forma de surpresa e elogio. Em seguida, temos um comentário que brinca com o universo gamer ao dizer que a influenciadora desbloqueou uma nova “skin”: a skin salto

alto. Esses comentários podem ser entendidos como uma força validadora da feminilidade das influenciadoras *gamers* e de sua presença no mundo gamer.

No último extrato desse discurso, 26, observamos a feminilização da comunidade por outra ótica. Aqui, a referência ao feminino acontece por meio da rede social da influenciadora gamer e pela rede social do time profissional de CS:GO que promove e patrocina jogadores de todos os gêneros nos times masculinos e femininos. Assim, podemos dizer que essa feminilização surge das estruturas de cima para baixo, com a ideia de popularizar e provocar a aceitação feminina no cenário. Isto fica evidente, pois ao se apropriarem do lançamento e movimento comercial do filme “Barbie”, que foi divulgado e vendido como uma narrativa feminista e crítica social, por meio da ideia de feminilidade da boneca, são transferidos automaticamente certos ideais de feminilidade, inclusão e aceitação feminina para o CS:GO através da publicação na rede social oficial de um dos maiores times do Brasil.

Dentre os comentários dessa postagem, destacamos o comentário que diz: “Rapaz, ainda bem que o Fallen entrou pra Fúria melhorando mil vezes o marketing e a representatividade”. Não sabia da existência dessa mulher como representante da org”. Este comentário explicita a validação de um consumidor que destaca a importância da contratação do jogador Fallen para o time em questão. Pois ele acredita que o jogador seja um dos responsáveis pelo aumento da representatividade, incluindo a valorização do time feminino. E com isso, demonstra que é a favor de uma maior visibilidade e divulgação do time feminino de CS:GO. Isto aponta para o que Salter e Blodgett (2017) dizem sobre as mudanças graduais que estão ocorrendo no mercado de jogos digitais, no que se refere à cobrança por inclusão e reconhecimento diverso no meio.

Outro comentário a se destacar é o que diz: “mapa do art”. Fazendo referência ao jogador profissional gay do mesmo time, Andrei Piovezan, destacando a relação da feminilidade com a comunidade LGBTQIAPN+, que, como Ruberg (2019) afirma, o mundo gamer está se tornando um espaço onde diversas identidades queer estão emergindo, apresentando uma forma de resistência e reestruturação desse mundo.

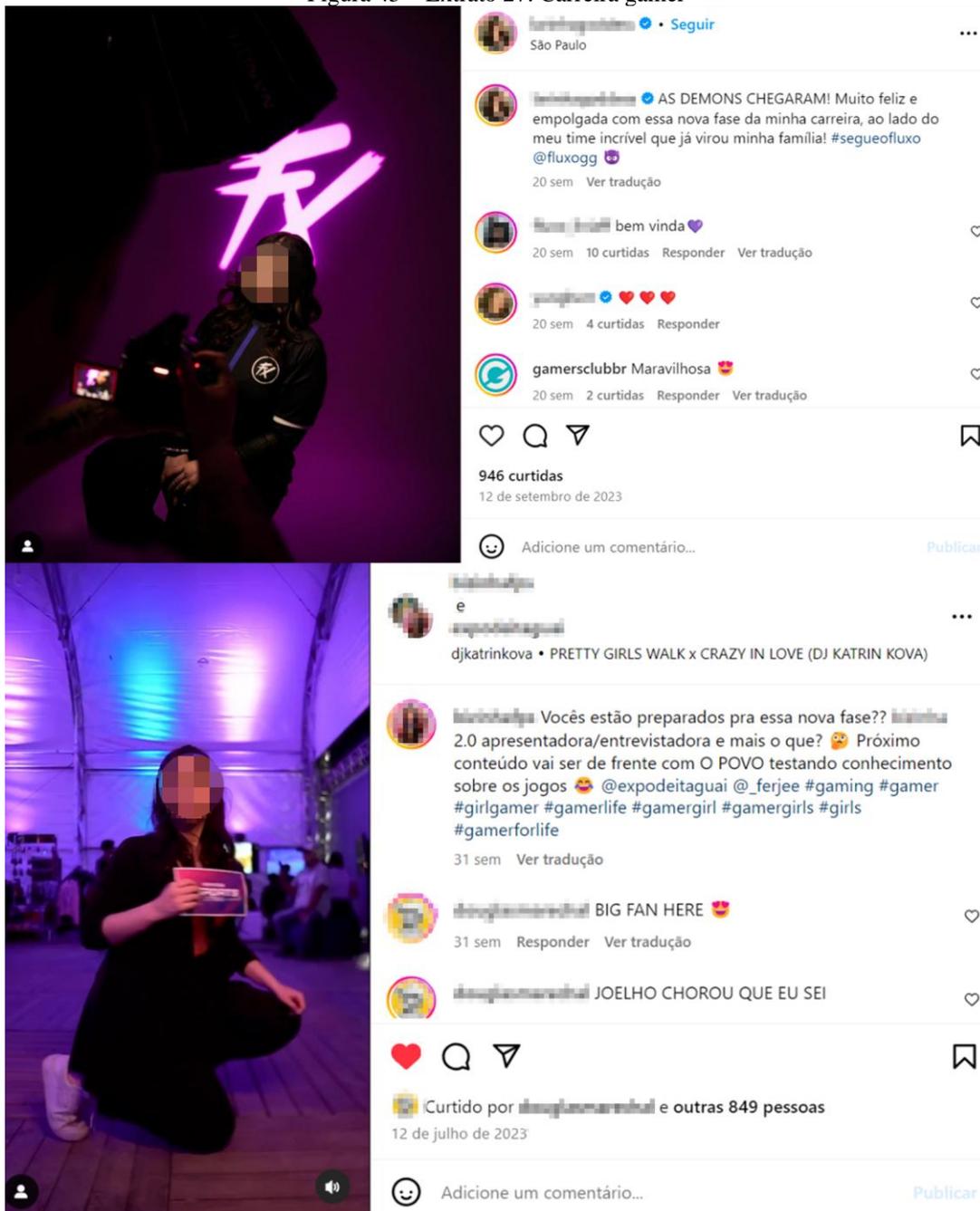
### ***Discurso transformação de hobby em renda (D11): Análise denotativa***

O sexto discurso do poder de endossamento à subversão (P05) é o de transformar hobby em renda (D11). Esse discurso expõe a subversão de mulheres *gamers* que se tornam jogadoras profissionais. Ele se estrutura através dos enunciados: carreira gamer feminina é difícil (E48); *Twitch* é fonte de renda (E49); canais na *Twitch* tornam-se um empreendimento

(E50); influenciadoras *gamers* utilizam estratégias mercadológicas (E51); influenciadoras *gamers* fazem carreira (E52); marcas se relacionam com influenciadoras *gamers* (E53).

O discurso de transformar hobby em renda (D11) está demonstrado pelo enunciado “influenciadoras *gamers* fazem carreira” (E52), nos extratos 27, 28 e 29, nas figuras 45, 46 e 47.

Figura 45 – Extrato 27. Carreira gamer



Fonte: Corpus de pesquisa (2025)

Figura 46 – Extrato 28. Campeãs profissionais

**Post 1 (Top):**

**ESL IMPACT KATOWICE**

**Post 2 (Bottom):**

**Bahrein**

Carimbei meu passaporte pela primeira vez pra jogar um joguinho rrsr eu tô é bem demais da conta 🤪

Que experiência sensacional, eu vivi coisas inexplicáveis no BAHREIN 🇧🇭

Tenho orgulho em dizer que somos vice campeãs do mundial GIRLGAMER 🏆

De Itabirito pro mundo, mas preciso deixar bem claro que amo meu país Minas Gerais!

Obrigada CSGO, obrigada Deus! AMO GAMES ❤️

Gratidão 🙏

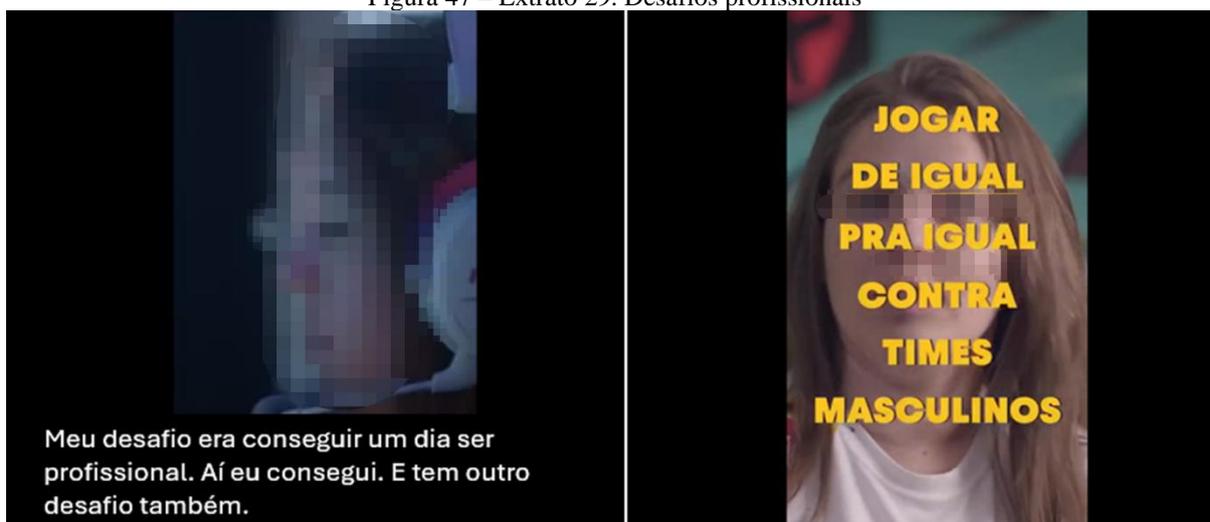
583 curtidas  
12 de fevereiro de 2023

44 sem Ver tradução

31 de março de 2023

Fonte: Corpus de pesquisa (2025)

Figura 47 – Extrato 29. Desafios profissionais



Fonte: Corpus de pesquisa (2025)

As figuras 45, 46 e 47 apresentam os extratos 27, 28 e 29, que apresentam facetas da vida profissional de uma jogadora profissional de CS:GO. A figura 44 mostra duas trajetórias profissionais para uma gamer, encontradas em nosso corpus: a primeira é ser jogadora em times e campeonatos profissionais, e a segunda é exercer a função de entrevistadora e apresentadora de eventos de e-sports. Já a figura 45 exhibe momentos de jogadoras que, ao seguir uma carreira profissional, alcançam o título de campeãs. Por fim, a figura 46 destaca um trecho de um vídeo de uma influenciadora que compartilha alguns dos desafios e sonhos relacionados à sua carreira.

### ***Discurso de transformação de hobby em renda (D11): Análise conotativa***

Os extratos 27, 28 e 29 evidenciam alguns aspectos que giram em torno da vida profissional gamer de mulheres. Essa vida profissional é expressa de “modo” motivador e orgulhoso ao “materializar” a afirmação de que é uma “verdade” que transformaram seu hobby em renda, que utilizam estratégias mercadológicas para se promover e promover suas causas, que essas estratégias mercadológicas trazem benefícios para as influenciadoras jogadoras profissionais e para as marcas e que a *Twitch* é fonte de renda, nas “arenas” da *Twitch* e do mercado de trabalho. As influenciadoras *gamers* falam de “modo” objetivo ao “materializar” a afirmação da “verdade” de que a carreira gamer feminina é desafiadora, dentro da “arena” do mercado de trabalho. Assim como “materializam” a afirmação da “verdade” de que a *Twitch* é fonte de renda, mas a partir da “modalidade” preocupada, pois às

vezes a “arena” *Twitch* pode banir suas contas e com isso fazê-las perder o dinheiro recebido através de seus conteúdos bloqueados.

Os extratos 27 e 28 expõem os trabalhos profissionais, localizados em nosso corpus de pesquisa, que as jogadoras profissionais desempenham. A execução de trabalhos profissionais dessa natureza pode representar uma desmistificação da presença feminina nos e-sports, que pode influenciar tanto a aceitação da comunidade já existente como a entrada de novas mulheres no cenário.

Além do exposto, a construção de carreiras a partir do jogo CS:GO, ou por qualquer outro caminho que permita desempenhar funções no universo tecnológico, pode ser considerada um importante ato de resistência, pois, como evidenciado por Gregory (1982) e Clarke e Critcher (1985), anteriormente até mesmo a experimentação do lazer era proibida às mulheres, o que, como Dawson (1988) demonstra, se estende ao mundo gamer. Assim, atualmente, as mulheres desfrutam do lazer tecnológico e conquistam espaço e desempenham papéis profissionais de destaque nesse setor.

Em complemento a isto, o extrato 28 reforça de forma clara e objetiva a ideia de que as mulheres são tão habilidosas e capazes quanto os homens no CS:GO e, por extensão, em outros jogos eletrônicos. Ele também refuta a noção de que diferenças corporais entre os gêneros influenciam na habilidade nesses jogos, evidenciando que esse argumento não é válido para justificar a exclusão de mulheres.

O consumo de campeonatos de alto nível também tem aumentado. Em 2022, a ESL Impact (Espanha) tornou-se o torneio feminino mais assistido da história do CS:GO, contou com 105 mil dispositivos conectados simultaneamente assistindo ao evento. O recorde anterior era a quarta edição de um evento brasileiro: o Gamers Club Masters Feminina, em 2021 (Carbone, 2022).

Em 2024, tivemos a maior premiação já vista no Brasil, totalizando R\$ 100 mil. O evento responsável foi o “Rainhas do CLUTCH”, que é o maior campeonato feminino de Counter-Strike 2 do Brasil. Desse prêmio, a equipe campeã “FURIA” recebeu sozinha R\$ 60 mil, a “Imperial” 25 mil, a “Fluxo Demons” R\$ 10 mil e “MIBR” R\$ 5 mil (Pumba, 2024).

Para 2025, internacionalmente, as organizações ESL e BLAST já anunciaram possíveis datas para seus campeonatos. A ESL será responsável por oito torneios e a BLAST organizará seis. Os campeonatos organizados pelas duas entidades ocuparão, juntos, 160 dias do ano (Vonb, 2024).

Porém, é importante ressaltar que, embora avanços e mudanças estejam sendo vistas no cenário, ainda são muito lentas e não representam segurança e nem promessa de um futuro

estável para as profissionais femininas. Muitos times de CS:GO têm se afastado do cenário devido à falta de torneios, dificuldades econômicas, escassez de retorno esportivo e baixo interesse da mídia. Exemplos disso incluem as equipes brasileiras “nSanitY”, “W7M” e “DIVINA”, a americana “TSM” e a russa “Team Spirit” (Porto, 2024). A saída da Team Spirit pode ainda estar relacionada ao contexto de desgaste e ao impacto da guerra em seu país, já que a comunidade global tende a associar o time a esse cenário.

No extrato 29, destacamos uma declaração da influenciadora e jogadora profissional, que compartilha seu desafio inicial de se tornar uma jogadora profissional. No entanto, ela afirma que, hoje, seu maior desafio é competir de igual para igual com os times masculinos. Sua colocação denuncia a desigualdade nas estruturas sociais, que limitam e dificultam o acesso das mulheres aos jogos e ao setor tecnológico, como já evidenciado por De Hertogh, Lane e Ouellette (2019) e Hardey (2019). Isso implica em menores oportunidades para o desenvolvimento de habilidades de jogabilidade, bem como um acesso reduzido ao profissionalismo feminino nos e-sports. Sua colocação até pode ser confundida com o pedido para competições mistas e sem divisão de gênero, mas defendemos aqui que a categorização dos e-sports por gênero, atualmente, é importante, pois traz maior visibilidade, oportunidade e reconhecimento para as jogadoras, permitindo que elas se destaquem e conquistem espaços no cenário competitivo, além de garantir que as mulheres tenham um ambiente mais seguro e confortável para desenvolver suas habilidades e conquistar seu espaço.

### **Poder 6: Subversão feminista (P06)**

O poder de subversão feminista (P06) executa ações insurgentes no mundo gamer, transcendendo os limites desse contexto ao se fundamentar nas crenças e nas lutas do movimento feminista. Esse poder surge de três discursos que são: contracultura gamer (D07); celebração ao feminino (D10) e ativismo gamer (D12). Regidos por esse poder, os discursos destacados são disseminados nas comunidades de CS:GO e player e, no âmbito da vida social (arenas) narrando a liberdade dos corpos femininos, o ativismo das influenciadoras, o crescimento do cenário feminino, a reação feminista e, a força do discurso feminista (verdades), através da disputa, da afirmação e do ataque (materialidade) de forma transgressiva (modalidade), através da disputa (materialidade) de forma validadora e defensiva (modalidade) e, do empoderamento (materialidade) de forma orgulhosa (modalidade).

***Discurso de contracultura gamer (D07): Análise denotativa***

O primeiro discurso do poder de subversão feminista (P06) é o de contracultura gamer (D07), que trata das formas transgressivas de ir de encontro às velhas normas do mundo gamer. Ele se forma por meio dos enunciados: influenciadoras *gamers* se sexualizam como forma de liberdade dos corpos (E17); influenciadoras *gamers* trans são desejadas (E26); cenário feminino ganha espaço (E54); mulheres *gamers* viram o jogo (E55) e influenciadoras *gamers* são ativas na política eleitoral (E56).

Para analisarmos este discurso, nos debruçaremos sobre o enunciado “influenciadoras *gamers* trans são desejadas” (E26), que está representado pelo extrato 30, na figura 48.



A figura 48, traz o extrato 30, que apresenta duas vertentes do discurso subversão feminista (P06): a primeira é a sexualização dos corpos femininos como forma de libertação corporal, que pode ser visualizada pelas postagens da influenciadora que expõe partes sexualizadas em nossa cultura e será mais bem acessado no discurso de valorização do feminino (D10), e a segunda é o desejo de homens, consumidores de games, por uma influenciadora gamer trans. Este segundo torna-se ainda mais emblemático, se observarmos que na última foto a influenciadora não está sexualizando seu corpo, mas ainda assim consumidores demonstram atração por ela, como na frase exposta em nosso recorte: "mt linda, quer casar cmg?"

### ***Discurso de contracultura gamer (D07): Análise conotativa***

Partindo para análise conotativa do extrato 30, destacamos a expressão sexual corporal como símbolo de liberdade, juntamente com a atração romântica/sexual pelas influenciadoras *gamers*, neste caso, trans. A sexualidade das influenciadoras é evidenciada aqui de “forma” transgressiva, demonstrando a “materialização” da disputa delas pela “verdade” da liberdade dos corpos femininos na “arena” da comunidade player.

O extrato 30 evidencia a sexualização do corpo de uma influenciadora trans, que realiza essa ação de forma poderosa, assumindo uma posição de subversão que desafia a passividade relacionada à objetificação feminina, bem como a exclusão e os preconceitos dirigidos à comunidade LGBTQIAPN+. Essa postura, podendo ser vista como uma performatividade de gênero (Butler, 1990), assume um papel de resistência e contracultura, que confronta as normativas opressoras de gênero (Liu; Li; Wu, 2020; Thompson; Üstüner, 2015) do mundo gamer, além de questionar a marginalização dos corpos trans.

Assim, esse extrato torna-se um convite à reflexão sobre o desejo direcionado às influenciadoras *gamers* trans, destacando as variadas formas de marginalização enfrentadas pelos corpos femininos nesse espaço. No universo gamer, como regra, corpos femininos transitam entre duas marginalidades, o repúdio, que resulta na exclusão e agressão, e a sexualização, que resulta na redução de seus corpos a objetos sexuais. Para mulheres trans, esse cenário é ainda mais complexo, pois seus corpos tendem a ser rejeitados, ridicularizados, associados ao nojo e vinculados à homossexualidade de forma estigmatizante, como discutido por Stryker (2008), que destaca que as formas de discriminação dos corpos trans são sempre envoltas em certa negação de humanidade e respeito.

Neste sentido, o nosso corpus revela sinais de transformação desse padrão. Os corpos das influenciadoras *gamers*, independentemente de serem cis ou trans, são valorizados, elogiados e validados por sua beleza, e embora, como destaca Hanne et al. (2020), isto pode ser simultaneamente entendido como um mecanismo de inclusão e perpetuação da normalização da redução de mulheres à sua adequação aos padrões de beleza. Aqui, essa validação feminina é vista como um indício do crescimento da aceitação de mulheres no universo gamer, principalmente por evidenciar a valorização de corpos trans, nos levando a refletir também sobre as diferentes camadas de opressão que surgem, apontando para o que Crenshaw (2021) destaca que é a relevância de observarmos os problemas de gênero e sexualidade considerando aspectos interseccionais. Pois cada mulher carrega uma multiplicidade de subjetividades que se formam a partir do entrelaçamento das categorias de gênero, orientação sexual, raça, classe social, religião, idade, entre outros.

#### ***Discurso de valorização do feminino (D07): Análise denotativa***

O segundo discurso componente do poder de subversão feminista (P06) é o de valorização do feminino (D07). Que apresenta formas de apreço e reconhecimento da feminilidade na sociedade. Esse discurso é dito através dos enunciados: influenciadoras *gamers* se sexualizam (E17); influenciadoras *gamers* trans são desejadas (E26) e corpos femininos devem ser livres (E58).

O discurso mencionado está representado pelos extratos 31, 32 e 33, nas figuras 49, 50 e 51, através do enunciado: "corpos femininos devem ser livres" (E58).

Figura 49 – Extrato 31. Sexualidade e renda

 **StreamElements:** Tenha acesso aos conteúdos exclusivos do ONLYFANS, acesse as fotos, vídeos, bate papo diariamente.. entre outros, CLIQUE AQUI:

[https://onlyfans.com/\[redacted\]](https://onlyfans.com/[redacted]) 🔥 🔥 🔥

13:23   [redacted]: !ONLYFANS PARA QUEM QUER ACOMPANHAR OS CONTEÚDOS OFF LIVE, BASTA USAR O CUPOM "PIERREFPS40" PARA GANHAR 40% DE DESCONTO

  **Nightbot:** Fique a vontade para usar os comandos na live : !idade !insta !only !onlyfans !youtube !tiktok

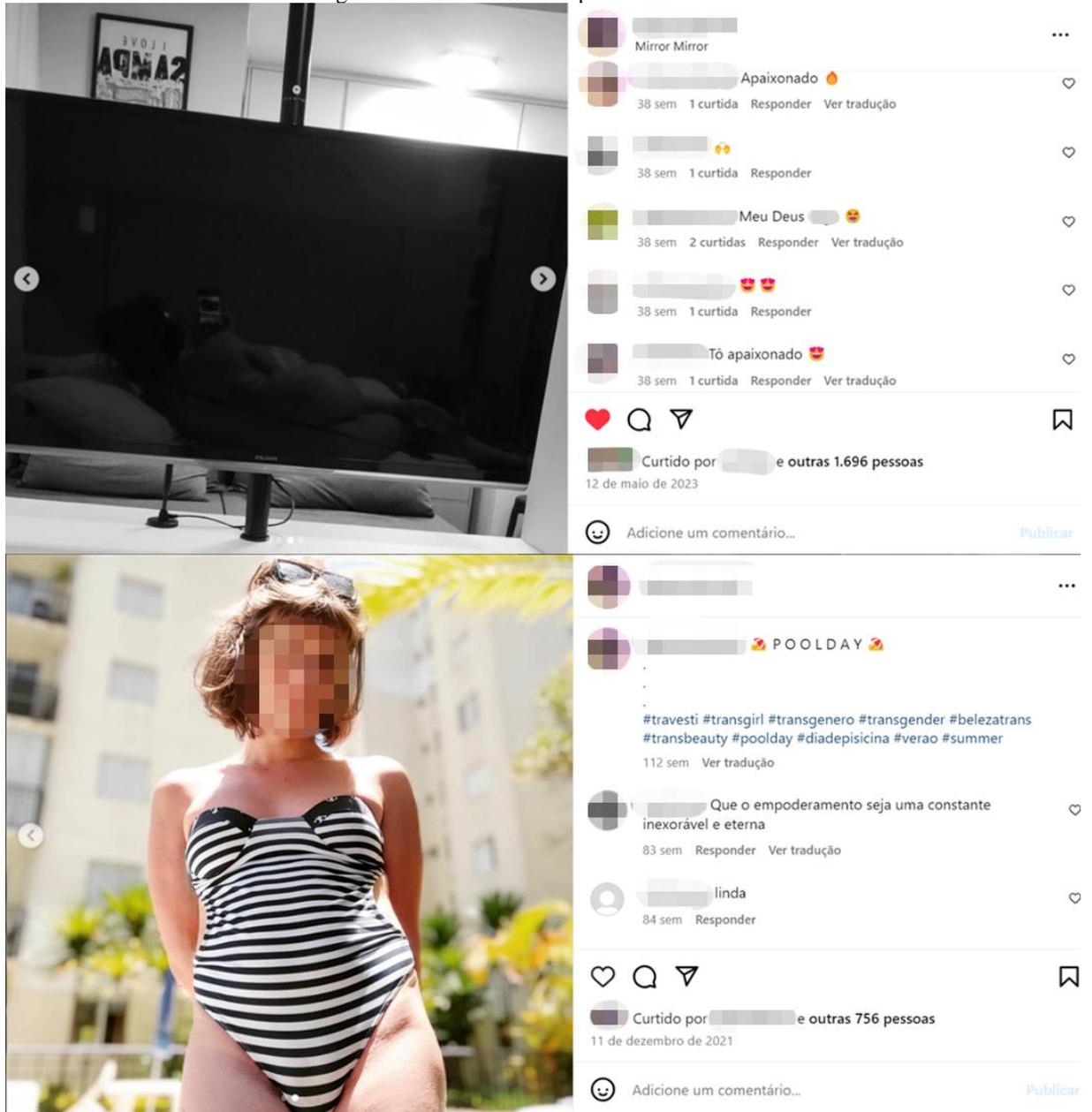
 **ONLYFANS, Clique aqui**



▲ Tenha acesso a CONTEÚDOS EXCLUSIVOS!!!

Fonte: Corpus de pesquisa (2025)

Figura 50 – Extrato 32. Corpos femininos livres



Fonte: Corpus de pesquisa (2025)

Figura 51 – Extrato 33. Libertação dos estereótipos de corpos femininos



Fonte: Corpus de pesquisa (2025)

Os extratos 31, 32 e 33, apresentados nas figuras 49, 50 e 51, ilustram diferentes maneiras pelas quais as influenciadoras *gamers* expressam a liberdade de seus corpos. No extrato 31, são destacados recortes que revelam a promoção de canais no *OnlyFans*, uma plataforma de conteúdo adulto. O extrato 32 apresenta postagens em que as influenciadoras expõem seus corpos de forma sexualizada e com traje de banho de forma mais neutra e sutil. E no 33, temos o recorte de um vídeo em que a influenciadora demonstra a forma como as pessoas imaginam uma gamer e, em seguida, para subverter essas expectativas, adota uma postura e imagem completamente contrárias à primeira.

### ***Discurso de valorização do feminino (D07): Análise conotativa***

Conotativamente, os extratos 31, 32 e 33 revelam a diversidade de formas pelas quais a expressão de liberdade corporal das influenciadoras *gamers* pode emergir. Aqui, elas são apresentadas de “forma” orgulhosa, se “materializando” através do empoderamento que defende a “verdade” da liberdade corporal feminina nas “arenas” da comunidade player e da vida social.

O extrato 31 nos mostra a naturalização da oferta de OnlyFans por algumas influenciadoras *gamers*. Para essas influenciadoras, o OnlyFans representa uma oportunidade

de monetizar seus corpos e explorar sua sexualidade de maneira estratégica. Ao adotar essa abordagem, elas assumem uma posição de subversão em relação às normas sociais que historicamente restringem a autonomia feminina sobre seus corpos e sua sexualidade. Neste contexto, é importante ressaltar que, historicamente, como dito por Weiner-Levy (2011) e Gaunt e Pinho (2018), as mulheres foram excluídas das esferas de trabalho e poder econômico, sendo-lhes atribuídos trabalhos relacionados aos cuidados maternos e domésticos, os quais geralmente não são remunerados. Logo, a ação de uma mulher decidir trabalhar com a oferta de conteúdo sexualizado pode representar um ato subversivo, pois ela está alterando a ideia de que a sexualização deve ser exclusivamente controlada ou imposta por agentes externos, como a indústria do entretenimento, as normas sociais ou os olhares masculinos.

No extrato 32, observamos a sexualização e exposição do corpo feminino pelas influenciadoras digitais, que os utilizam como uma forma de subversão e quebra das regras estabelecidas. Nesse extrato, também destacamos que a sexualização, por muito tempo, foi um poder executado por homens (Dawson, 1988; Kelkar; Nathan, 2020), mas aqui, mulheres assumem sua sexualidade e tomam as rédeas de seus corpos para usá-los e expô-los como quiserem, transformando seus corpos em um espaço de afirmação e empoderamento, ao invés de submissão (Butler, 1990).

Seguindo esse raciocínio, também chamamos a atenção para a concepção que afirmava que a mulher deveria ser desprovida de sexualização, sendo vista como algo pecaminoso e indigno (Kelkar; Nathan, 2020; Donaghey, 2020; Grewal, 2020). Essa visão, que prevaleceu por muito tempo, estigmatizou e maltratou mulheres que, simplesmente por agirem da mesma forma que os homens em relação à expressão e vivência da sua sexualidade, foram e ainda são discriminadas e vistas com preconceito. Assim, essa atitude reflete mais uma vez um ato de subversão.

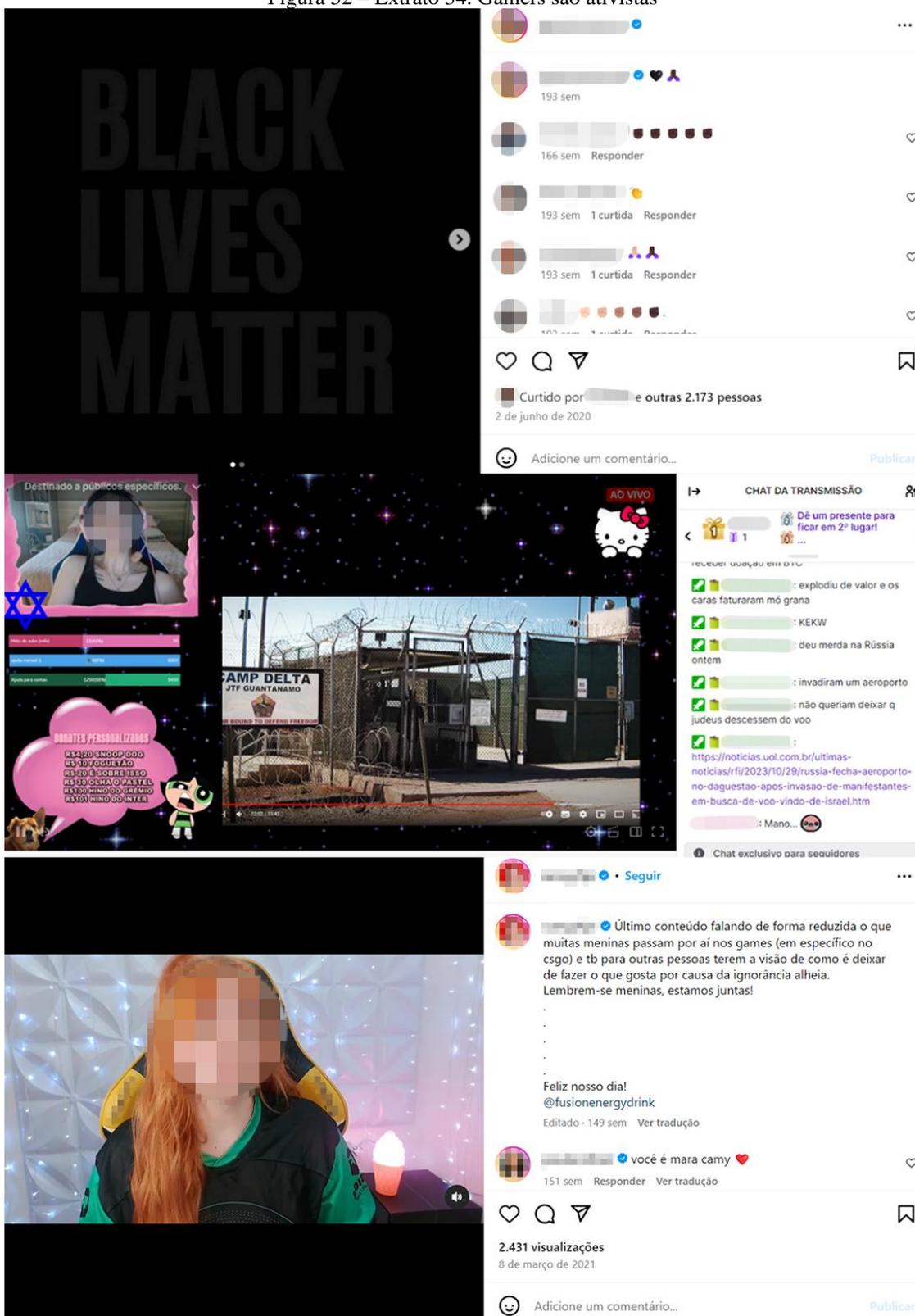
Partindo para o extrato 33, observamos a ação da influenciadora que destaca a forma estereotipada dada às mulheres *gamers* como pessoas *sexys* e sempre abertas sexualmente, uma visão que é imposta pelo olhar masculino e pela lógica machista disseminada pela indústria de entretenimento, cultural e midiaticamente (Fiske; Hartley, 2004). Sua subversão, então, surge ao se apresentar de maneira contrária a esses estereótipos, desafiando o desejo masculino e mostrando que, na verdade, o corpo e a sexualidade feminina não lhe pertencem. Ao quebrar essas expectativas, de forma talvez não intencional, ela questiona e critica as formas como os corpos femininos são esperados e aceitos no mundo gamer.

*Discurso de ativismo gamer (D12): Análise denotativa*

O terceiro e último discurso do poder de subversão feminista (P06) é o ativismo gamer (D12), que expressa as mobilizações das influenciadoras *gamers*. Ele é construído por meio dos discursos de “influenciadoras *gamers* são ativas na política eleitoral” (E56) e “influenciadoras *gamers* são ativistas” (E59).

Esse discurso está apresentado, através do enunciado “influenciadoras *gamers* são ativistas” (E59), na figura 52, no extrato 34.

Figura 52 – Extrato 34. Gamers são ativistas



Fonte: Corpus de pesquisa (2025)

O extrato 34 evidencia diferentes formas de ativismo desempenhadas pelas influenciadoras gamers. O primeiro se refere ao movimento internacional Black Lives Matter

(Vidas Negras Importam), que mobiliza a sociedade contra a violência dirigida a pessoas negras. O segundo trata de uma discussão em uma live, na qual a influenciadora, juntamente com seus seguidores, levanta e debate de forma crítica a situação de guerra entre a Rússia e os judeus. E o terceiro aborda o ativismo voltado para o respeito e a aceitação das mulheres no universo dos games.

### ***Discurso de ativismo gamer (D12): Análise conotativa***

Analisando conotativamente o extrato 34, revela-se a atuação das influenciadoras *gamers* no que se refere à defesa e mobilização de causas sociais. Esse ativismo surge de “forma” validadora e defensiva, a “materialização” através da disputa da “verdade” do ativismo gamer na “arena” da vida social.

O extrato 34 exemplifica algumas das formas pelas quais as influenciadoras *gamers* se mobilizam em suas redes sociais, evidenciando suas preocupações e apoio a causas contra racismo, guerras, machismo e LGBTfobia. Essa mobilização, que ocorre principalmente de forma digital, pode ser entendida como uma performatividade (Butler, 1990) de seus corpos ciborgues (Haraway, 2000).

Suas ações ativistas representam um grande ato de subversão, pois, em tempos passados, não lhes era permitido participar de discussões sobre questões econômicas, políticas e sociais, sendo incumbidos a elas apenas assuntos maternos e domésticos, ainda de forma passiva ao que era dito como “verdade” sobre estes âmbitos (Danaher; Crawshaw, 2019; Garcia, 2018). Destacamos, então, que as influenciadoras *gamers* não se limitam a discutir e evidenciar apenas suas próprias lutas, mas também a luta e desafios enfrentados pelas mulheres nos games. Mas abrem e fomentam diálogos sobre outras causas igualmente importantes na sociedade. Como destaca Foucault (2020), a disputa pela “verdade” nas “arenas” sociais torna-se um fator impactante nas dinâmicas de poder e resistência. Logo, ao assumirem uma posição poderosa, subversiva, para dismantelar discursos/ações desastrosas e desumanas, elas estão disputando pelo lugar da “verdade” que esses preconceitos ocupam na sociedade. Em seu lugar, elas estão tentando inserir “verdades” como igualdade, aceitação, diversidade e respeito.

Além do exposto, a mobilização de influenciadoras *gamers* é um reflexo subversivo de seu posicionamento e exercício de poder, já que, como destacam Delbaere, Michael e Phillips (2020) e Karhawi (2017), ocupam um lugar de fala privilegiado e de alta responsabilidade. As influenciadoras são capazes de mobilizar e influenciar seus seguidores

que as veem, muitas vezes, como pessoas de opinião confiável (Childers; Lemon; Hoy, 2019; Roelens et al., 2016), como modelos de comportamento ou referências (Franssen, 2019). Como destaca Marshall (2010), as influenciadoras digitais desempenham um papel de "mediadores culturais", pois são capazes de moldar a percepção pública e, conseqüentemente, as ações de seus seguidores, interferindo diretamente na construção de novas normas sociais.

Em complemento a isto, nossas vidas se constroem em meio às redes sociais e midiaticização, onde as mídias perpassam as camadas sociais e tornam-se elementos imbricados na nossa vida diária (Couldry; Hepp, 2013), fazendo com que determinados assuntos disseminados digitalmente tenham maior e melhor alcance social, incluindo melhores formas de organização e mobilização (Rodino-Colocino, 2018). Como Jenkins (2006) evidencia, as mídias digitais oferecem uma arena na qual as pessoas podem se conectar e compartilhar suas perspectivas, atraindo outras pessoas adeptas à sua linha de mobilização e assim construir uma rede com objetivos em comum, podendo, muitas vezes, impactar grandes audiências e acender debates significativos.

Assim, como Castells (2012) e Van Dijck (2013) definem, a mídia social ultrapassa sua utilidade de ferramenta comunicacional, se tornando um espaço de ativismo digital, que, se bem utilizado, é capaz de criar comunidades engajadas a interferir e dar novos caminhos à sociedade. Ao se tornarem espaços de conscientização, as mídias sociais servem de palco para debates sobre questões sociais e culturais, alcançando um amplo número de pessoas que podem ser sensibilizadas por causas relevantes, como as defendidas pelas influenciadoras digitais.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta seção tem como objetivo trazer um fechamento discursivo de nossos resultados de forma mais geral. Nela, respondemos à nossa questão de pesquisa de forma conclusiva e abordamos os discursos de poder encontrados. Também destacamos nossas principais contribuições teóricas, metodológicas e práticas e, por fim, os principais insights que emergiram de nosso estudo.

### 5.1 MULHERES GAMERS E A RESISTÊNCIA AO MACHISMO

A partir da análise dos dados, concluímos que o prosumo de influenciadoras digitais *gamers* de *Counter-Strike* revela uma resistência ao machismo por meio da performatividade de seus corpos ciborgues evidenciando uma disputa de poder latente na cultura gamer, na qual essas mulheres são simultaneamente colocadas em posições de submissão e subversão.

Toda essa dinâmica/luta é evidenciada por duas zonas de combate. Juntas, elas são capazes de demonstrar como o poder é negociado e contestado, como propõe Baxter (2003), por meio da proposição do método ADPF. Essas zonas de combate evidenciam as tensões do ambiente, revelando aspectos culturais, sociais, de gênero e de subjetividade.

A primeira é a **zona de ataque e posicionamento de subjugação**, na qual transitam dois discursos de poder, eles são: as narrativas de conservação dos padrões da cultura gamer (DP1) e, mantimento do status quo masculino (DP2). Em contraposição, surge a **zona de reação e posicionamento de subversão**, onde encontram os discursos de poder que apresentam uma mulher gamer poderosa e subversiva que disputa pelo seu espaço no mundo gamer. Eles são: narrativas de ruptura (DP3), que desafiam as verdades cristalizadas na cultura gamer, e a narrativa de estabelecimento de novas verdades são impulsionadas pela resistência feminista (DP4).

Na zona de ataque e posicionamento de submissão, o discurso de poder de **conservação do mundo gamer (DP1)** atua na força de resguardar os padrões estabelecidos na comunidade gamer a partir do reforço da exclusão das mulheres, mantendo-as numa posição de objeto dominado, **submisso (P01)** (Darwin, 2018; Larghi, 2021). Essa subjugação é realizada por atores externos, como influenciadores e consumidores, como também pelas próprias influenciadoras *gamers* que “caem” na **armadilha de subjugação (P02)** e, como destacam Guizzo, Di Michele e Cadinu (2024), tomam para si essa posição, corroborando com aqueles que já o fazem.

Esse discurso de poder evidencia que esse ambiente é composto por artefatos e práticas que reforçam uma cultura altamente preconceituosa, marcada por casos de racismo, homofobia e etarismo. Além disso, outras minorias frequentemente se tornam alvo de ataques, consolidando um espaço excludente e hostil. Os ataques vão desde insultos e sabotagem durante as partidas até a desvalorização de sua jogabilidade e aparência física. Esse comportamento é tão enraizado que alguns homens chegam a se passar por mulheres de maneira altamente sexualizada, reforçando os estereótipos sexistas sobre as jogadoras e evidenciando o sentimento de posse sobre os corpos femininos.

Também constatamos uma forte tendência à ridicularização das mulheres que adotam posturas feministas ou que são percebidas dessa forma. As jogadoras frequentemente são enquadradas em dois estereótipos extremos: ou são retratadas como gordas, pouco atraentes e lésbicas, ou como objetos sexuais, sempre disponíveis para satisfazer o desejo masculino. Trata-se de um meio fortemente sexualizado, onde piadas sobre sexo são legitimadas e normalizadas. Destacamos ainda que, nas transmissões ao vivo de *Counter-Strike*, os homens predominam, ilustrando a contínua exclusão das mulheres nesses espaços.

Percebemos como esse ambiente é mantido e retroalimentado por uma estrutura maior na qual está inserido: o patriarcado. Um dos aspectos que destacamos é que, raramente, os ataques machistas ou misóginos são reprimidos pelas plataformas. A conservação do ecossistema gamer também é mantida por meio da perpetuação de estereótipos, como a ideia de que homens gamers não são capazes de desenvolver relacionamentos ou que jogadoras de *CS:GO* não se casam.

Outro ponto importante é o posicionamento de alguns usuários, incluindo outras mulheres, que defendem que as jogadoras devem "camuflar" sua identidade para se proteger, adotando *nicknames* masculinos, evitando usar o microfone durante as partidas e desativando o chat. Além disso, vemos que muitas jogadoras acabam adotando essas estratégias de proteção, o que prejudica sua experiência no jogo e contribui para o seu apagamento dentro da comunidade.

Quanto ao discurso de poder de **manutenção do status quo (DP2)**, percebemos que ele segue um sentido mais amplo, implicando na subjugação da mulher dentro de uma sociedade na qual as mulheres são tidas como inferiores. Esse discurso de poder continua sendo alimentado pela **sexualização ou objetificação (P02)** (Carlsson; Kataria; Lampi, 2024; Szymanski et al., 2024) das influenciadoras gamers, mas apresenta aspectos que evocam regulações que extrapolam o universo gamer: são as **imposições patriarcais (P03)** (Ferry, 2025; Yang; Hu, 2024).

Esse discurso de poder revela as formas pelas quais o mundo gamer contribui para a manutenção de estruturas dominantes, permitindo-nos ver esse universo como uma replicação em menor escala da sociedade, que historicamente é regida por sistemas patriarcais que reforçam a supremacia masculina, branca e cis heteronormativa.

Esse fenômeno se apresenta por diferentes vias. A primeira delas é a industrial, que evidencia como a própria indústria de games alimenta estereótipos de desprezo, sexualização e exclusão das mulheres no meio. A representação feminina nos jogos, em sua maioria, é sexualizada e objetificada, o que pode corroborar com a ideia de redução dos corpos femininos à satisfação dos prazeres sexuais masculinos. Isso pode os potencializar como alvos de assédio, sendo a sexualização acompanhada de ódio, o que nos leva a perceber esse processo como um fetichismo: os corpos femininos são desejados sexualmente e, ao mesmo tempo, atacados. Ou seja, há um contexto de prazer sexual envolvido no ato de atacar e humilhar as mulheres. Além disso, o acesso aos avatares femininos no *Counter-Strike*, por exemplo, não é gratuito, mas sim disponibilizado para consumo.

A segunda via, que também corrobora esse discurso de poder, ocorre no nível do consumo. Os consumidores, nesse contexto, agem de forma agressiva, descredibilizando e impedindo que as mulheres se destaquem nesses espaços, como acontece em diversos outros setores sociais. Vemos como muitos consumidores/jogadores questionam a jogabilidade feminina, descreditando suas habilidades apenas pelo fato de serem mulheres. Além disso, afirmam que a presença feminina visa apenas atrair atenção ou relacionamentos sexuais com esses jogadores.

A terceira via, também relacionada ao consumo, apresenta uma tendência preocupante de validação de termos e expressões de viés masculino, carregadas de conotações machistas, usadas para elogiar as mulheres dentro desse ambiente. Expressões como "mais pika", "ficou pika" e "timão da porra", embora relacionadas a celebrações ou elogios, reforçam a ideia de que o que é válido, bom e vencedor é o masculino. Isso contribui para a perpetuação da desigualdade de gênero nos games, onde os jogadores são validados por meio de expressões masculinas que indicam que são os homens que regem as regras e os padrões desse espaço. Essa dinâmica se torna ainda mais visível quando palavras com significados femininos são usadas de forma negativa, como "puta" e "boceta".

A quarta via gira em torno de uma ação prosumerista e pode ser entendida como uma corroboração do status quo masculino na sociedade. Trata-se da sexualização da mulher gamer, um fenômeno que é reforçado por algumas próprias jogadoras por meio de suas redes

sociais. A imagem hipersexualizada dessas mulheres é explorada por elas mesmas, aparentemente para gerar maior visibilidade ou aceitação dentro da comunidade.

A quinta e última via refere-se ao padrão de beleza. Aqui, percebemos que, muitas vezes, a capacidade e a habilidade das jogadoras são ofuscadas por sua aparência física. Esse processo é evidente nos comentários nas postagens de suas redes sociais, que destacam suas aparências e sua aderência aos padrões de beleza atuais, dando pouca ou nenhuma atenção ao seu desempenho ou evolução no mundo dos games.

Na zona de reação e posicionamento de subversão, o primeiro discurso de poder refere-se ao que Foucault (2017) define como **ruptura (DP3)**. Essa ruptura representa a luta das mulheres gamers que **transformam as verdades da cultura gamer (P04)**, escapando da **emboscada da subjugação (P02)** e passando a se posicionar como Baxter (2003) e Butler (1990) apontam: de forma subversiva.

Esse discurso de poder se consolida como uma resposta aos ataques machistas e misóginos vivenciados na cultura gamer. Esse discurso destaca como as mulheres reagem e se subvertem, tanto durante as partidas quanto em suas redes sociais e transmissões ao vivo. Ao adotarem uma postura ativa e reativa, elas desafiam os padrões pré-estabelecidos e reivindicam mudanças, buscando romper com as "verdades" cristalizadas nesse meio.

A ruptura feminista torna-se ainda mais evidente quando analisamos as lives na *Twitch*, onde o predomínio de *streamers* masculinos ressalta o desafio enfrentado pelas mulheres para ocupar esses espaços. Ao marcarem presença nesses ambientes, as jogadoras vão contra a corrente, rompendo com a estrutura que historicamente as exclui dos universos gamer e tecnológico. Esse ato representa uma forma de rebeldia, uma visualização ativa do feminino em um meio que constantemente as renega. Assim, mesmo em menor número, sua presença já constitui um enfrentamento aos padrões opressivos do mundo gamer.

Outro exemplo de ruptura é o rompimento do silêncio por parte das mulheres gamers, que passaram a denunciar episódios de machismo e misoginia nas plataformas e redes sociais, além de expor a omissão ou as sanções leves aplicadas aos agressores. Elas também relatam ataques que vão além do ambiente virtual, estendendo-se a eventos e campeonatos presenciais, onde enfrentam humilhação e assédio.

Essas denúncias trazem visibilidade às injustiças e ataques sofridos pelas mulheres nesse meio, podendo gerar um efeito mobilizador tanto dentro quanto fora da comunidade gamer. Ao compartilhar suas experiências, elas encorajam outras mulheres a fazer o mesmo, fortalecendo a causa e ampliando o debate sobre a necessidade de mudanças estruturais nesse ambiente.

As mulheres gamers defendem o fim do apoio à toxicidade validada pela comunidade, onde, diante de ataques, muitos homens incentivam esse comportamento agressivo, rindo, zombando e insultando ainda mais as mulheres. Além disso, eles demonstram frustração ao serem derrotados por uma mulher, refletindo uma cultura profundamente enraizada de masculinidade tóxica, que ainda se opõe à ideia de que as mulheres podem ser tão competentes quanto os homens. Aqui, a luta das mulheres vai além da reivindicação de respeito: é uma batalha pela existência e permanência das mulheres no mundo gamer, pela legitimidade de suas conquistas e pela igualdade de condições no jogo.

E o discurso de **resistência feminista (DP4)** (Ferguson; Brace-Govan, 2020) é sustentado pelas crenças e lutas do **movimento feminista (P06)** e por seu **endossamento (P05)**, que, dentro da cultura *gamer*, é utilizado de forma estratégica para posicionar as mulheres como subversivas, conquistando seu espaço. Esse movimento pode, então, ser entendido como o ciberfeminismo das mulheres *gamers* (Hardey, 2019; Keller, 2015).

Esse discurso de poder começa a reconfigurar a cultura *gamer*, introduzindo novos padrões de inclusão e valorização da diversidade nos *games*. Essa reconfiguração é evidente quando, por exemplo, as mulheres se tornam maioria entre os jogadores, demonstrando que o interesse, a capacidade cognitiva e o desempenho nos jogos não são definidos pelo gênero. Outra evidência disso é o fato de que, para serem aceitas, as mulheres passam a compartilhar e rir de piadas de teor sexual ou fazem apologia ao uso de drogas — comportamentos que são culturalmente validados dentro desse meio.

Além disso, a resistência e a permanência das mulheres no mundo *gamer* se fortalecem à medida que elas são elogiadas, juntamente com seus times, por suas vitórias e conquistas. Esses elogios não se restringem ao desempenho e à aparência física, o que, quando feito por outras mulheres, pode ser visto como uma forma de incentivo e empoderamento. Também é importante destacar o entusiasmo dos consumidores que elogiam a beleza feminina das jogadoras, reconhecendo que, além de seus atributos físicos, elas são excelentes no *game*. Isso pode ser interpretado como uma forma de empoderamento, respeito e até paixão platônica, evidenciada em frases como: “Estou apaixonado!” ou “Meu Deus, que linda e ainda joga CS.”

Em apoio a essa resistência, observamos também influenciadores que ressaltam que as mulheres são tão boas quanto, ou até melhores, jogadoras de *Counter-Strike* do que os homens. Além disso, muitas jogadoras relatam que o jogo passou a ter um impacto positivo em suas vidas, pois, apesar de inicialmente ser um espaço de exclusão e ataque, o jogo agora proporciona memórias afetivas e boas experiências.

Outro aspecto relevante é a possibilidade — embora desafiadora — da carreira *gamer* para mulheres, que, a partir de seu *hobby*, podem transformar sua paixão em uma profissão. Muitas adotam a plataforma *Twitch* como um meio de empreendimento e fonte de renda. Nesse sentido, também é possível observar que as mulheres *gamers* utilizam estratégias mercadológicas para conquistar seguidores, inscritos e assinantes em suas redes sociais, com o objetivo de manter ou aumentar seus rendimentos. Ao mesmo tempo, marcas se aproveitam da visibilidade das influenciadoras *gamers* para gerar ganhos econômicos para elas, enquanto promovem o apoio ao feminino no universo dos *games*.

Outra estratégia adotada por algumas mulheres *gamers* é a sexualização de seus corpos, realizada por elas mesmas, com o intuito de demonstrar a liberdade de seus corpos, de sua sexualidade e até de certo tipo de independência financeira por meio de suas contas em redes de conteúdo adulto.

Outro ponto de subversão é a aceitação dos corpos de mulheres trans nesse meio, já que, historicamente, elas foram vítimas de ataques de ódio, repulsa e piadas. Embora isso ainda envolva uma forte carga de sexualização, também representa uma mudança, pois seus corpos, antes vistos como objetos de repulsa, passam a ser desejados, assim como acontece com as mulheres cisgênero.

Além disso, destacamos que as mulheres *gamers* frequentemente utilizam ferramentas de denúncia e banimento como forma de defesa. Os pedidos de banimento tornam-se, portanto, uma reivindicação por segurança e respeito, servindo também como um protesto dentro da comunidade. Em complemento, vemos a exposição de usuários machistas e misóginos como uma forma reativa de enfrentamento aos ataques.

Durante transmissões ao vivo e em suas redes sociais, as mulheres *gamers* se tornam um símbolo de resistência ao referenciar o feminino em um meio onde a presença feminina é frequentemente marginalizada. Elas expressam sua feminilidade por meio de acessórios e elementos visuais dentro dos *games*, como, por exemplo, *skins* personalizadas.

A resistência das mulheres *gamers* também pode ser notada em sua mobilização política e eleitoral, dado que, por muito tempo, as mulheres foram proibidas de participar de processos eleitorais. Essa mobilização também ocorre em diversos tipos de ativismo, como a luta pela igualdade de gênero, o respeito à comunidade LGBTQIAPN+, o movimento "Vidas Negras Importam" (Black Lives Matter) e a oposição aos ataques da Rússia aos judeus.

Essas ações de resistência impactam diretamente a comunidade *gamer*, que hoje busca promover a defesa e a ampliação da diversidade e inclusão de mulheres e de toda a comunidade LGBTQIAPN+. Atualmente, vemos mulheres sendo incentivadas a entrar no

mundo dos *games*, e eventos, premiações e campeonatos femininos ganham cada vez mais espaço. Figuras renomadas no universo dos *games* também colaboram e incentivam a presença feminina no cenário. Nesse novo contexto, muitas mulheres afirmam se inspirar em jogadoras profissionais de *Counter-Strike*, e alguns homens passam a respeitar o espaço das mulheres nos *games*.

## 5.2 CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS, METODOLÓGICAS E PRÁTICAS

A partir de nosso entrelaçamento teórico e resultados encontrados, destacamos que nosso estudo corrobora, na área de Marketing e da Cultura de Consumo, a partir do entrelaçamento dos temas prosumo, influenciadoras digitais, subculturas, toxidade e resistência de consumo, voltados para o contexto digital. E de forma interdisciplinar, nos estudos feministas, ao oferecer um arcabouço das quatro ondas feministas, suas ideias, principais autoras e conceitos, dando ênfase na quarta onda que se forma através do avanço tecnológico e novas formas de existência on-line, onde localiza o conceito de ciberfeminismo. Nos estudos sobre *games*, contribuímos com um trabalho voltado para as implicações negativas ao gênero feminino e para as formas de subversão capacitadas pelo ambiente gamer, se distanciando dos trabalhos comumente produzidos com teor negativo relacionando *games* à saúde mental e violência.

Quanto às contribuições metodológicas, destacamos a aplicação do método proposto por Judith Baxter, a Análise de Discurso Pós-estruturalista Feminista (ADPF), que é geralmente aplicada em estudos das áreas de educação ou empresarial. Que, para o objetivo de nosso trabalho, caiu como uma luva, pois possibilitou enxergarmos a dinâmica de luta por posições de poder, nas quais as mulheres são posicionadas ao mesmo tempo como submissas e subversivas. Além disso, contribuímos metodologicamente, ancorados pela própria Baxter (2003), que dá margem para adaptações e inovações ao método, a incorporação de alguns critérios de análise baseados na própria autora, em Foucault (2017), e outros que evocam significados específicos dentro da perspectiva pós-estruturalista, mas que não remetem especificamente a nenhum, ou um único autor da área.

E dentro das contribuições práticas, nosso estudo se junta a um portfólio acadêmico que pode ser usado para fomentar discussões políticas, culturais e sociais, especialmente diante da nova realidade digital. Ele pode ser visto como um potencializador e favorecedor da presença feminina nos *games*, dando voz a elas e denunciando o machismo e a misoginia presentes nesses ambientes. Também esperamos que, conforme a ciência avance e novos

resultados sejam evidenciados, haja a conscientização da importância da presença feminina nos games, fazendo com que isso exista aumento de times femininos de CS:GO, maiores incentivos à presença feminina nos games, numa dimensão familiar, institucional e global. E que, de forma transcendente ao mundo gamer, nosso trabalho impacte as mulheres no que diz respeito à manutenção dos direitos já conquistados, juntamente com a conquista de mais espaços. E que assim seja garantido que suas formas de vivências sejam igualmente reconhecidas e possibilitadas, independentemente de questões de gênero ou sexualidade.

### 6.3 LIMITAÇÕES E DESDOBRAMENTOS DA PESQUISA

As principais limitações encontradas durante a pesquisa se referem à execução da análise de resultados, pois por alguns materiais serem vídeos de partidas, às vezes o áudio não era muito claro, algumas palavras passaram por nosso corpus e não foram identificadas. Quanto aos dados síncronos, também ocorria de variações sonoras como intensidade da voz ou edições de áudio dificultarem o entendimento de algumas pronúncias. Essas limitações foram diminuídas através da inserção de legendas, utilização de fones de ouvido e observação atenta e repetida do contexto que estava ali.

Assim como, o acesso a determinados ataques no chat da *Twitch* foi dificultado, pois a plataforma as apagava rapidamente. Essa dificuldade foi paleada através do mecanismo de prints e gravação de tela ao vivo. E a incerteza de quando haveria lives de influenciadoras *gamers* para serem coletadas. Essa limitação foi solucionada através do mapeamento e monitoramento de canais que costumavam postar com frequência na *Twitch*.

Sobre os desdobramentos da pesquisa, vislumbramos a realização de estudos de outras subculturas relacionadas com o consumo de moda, como no caso do estilo *streetwear*, que é influenciado pela cultura do hip-hop e tende a usar roupas mais largas, contrastando com as escolhas convencionais de vestuário feminino. Também sugerimos a execução de estudos sobre música com os consumidores de hip-hop, sertanejo ou funk, que às vezes são associados à objetificação feminina. Ou, voltando-nos para objetos que permeiam o ambiente digital, de forma mais específica, destacamos a possibilidade de estudos feministas sobre a cultura nerd, cosplay ou os entusiastas de tecnologia, que também tendem a ser considerados machistas em alguns aspectos. Por fim, sugerimos a aplicação do método da ADPF em todas as indicações feitas anteriormente, bem como em outros estudos que busquem evidenciar a disputa de poderes, que posicionam simultaneamente as mulheres como subjugadas e subversivas.

## REFERÊNCIAS

- ABIDIN, C From Internet Celebrities to Influencers. In: **Internet Celebrity: Understanding Fame Online**. Emerald Publishing Limited, 2018.
- ABIDIN, Cl. Visibility labour: Engaging with Influencers' fashion brands and# OOTD advertorial campaigns on Instagram. **Media International Australia**, v. 161, n. 1, p. 86-100, 2016.
- ANGOURI, Jo; BAXTER, Judith. **The Routledge Handbook of Language, Gender, and Sexuality**. London: Routledge, 2021.
- AUSTIN, J. L. **How to Do Things with Words**. Cambridge: Harvard University Press, 1962.
- AHUVIA, Aaron; IZBERK-BILGIN, Elif. Limits of the McDonaldization thesis: eBayization and ascendant trends in post-industrial consumer culture. **Consumption Markets & Culture**, v. 14, n. 4, p. 361-384, 2011.
- AISTON, Sarah Jane; FO, Chee Kent. The silence/ing of academic women. **Gender and Education**, v. 33, n. 2, p. 138-155, 2021.
- ALFONSO, Rita; TRIGILIO, Jo. Surfing the third wave: A dialogue between two third wave feminists. **Hypatia**, v. 12, n. 3, p. 7-16, 1997.
- ALFREY, Lauren; TWINE, France Winddance. Gender-fluid geek girls: Negotiating inequality regimes in the tech industry. **Gender & Society**, v. 31, n. 1, p. 28-50, 2017.
- ANDREW, Edward et al. Closing the iron cage. The scientific management of work and leisure. **Closing the iron cage. The scientific management of work and leisure.**, 1981.
- ARDUINI, Tina. Cyborg gamers: Exploring the effects of digital gaming on multimodal composition. **Computers and Composition**, v. 48, p. 89-102, 2018.
- AHUJA, Vandana; SHAKEEL, Moonis. Twitter presence of jet airways-deriving customer insights using netnography and wordclouds. **Procedia computer science**, v. 122, p. 17-24, 2017.
- ARNOULD, E. J.; PRESS, M.; SALMINEN, E.; TILLOTSON, J. S. Consumer Culture Theory: development, critique, application and prospects. **Foundations and Trends® in Marketing**, v.12, n.2, p.80-166, 2019.
- ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. Consumer Culture Theory (CCT): twenty years of research. **Journal of Consumer Research**, v.31, n.4, p.868-882, 2005.
- BAINES, Jess et al. Experiments in democratic participation: feminist printshop collectives. **Cultural Policy, Criticism & Management Research**, n. 6, p. 29-51, 2012.

BAKHTIN, Mikhail. **The Dialogic Imagination: Four Essays**. Trad. Caryl Emerson e Michael Holquist. Austin: University of Texas Press, 1981.

BALDERJAHN, Ingo et al. A sustainable pathway to consumer wellbeing. The role of anticonsumption and consumer empowerment. **Journal of Consumer Affairs**, v. 54, n. 2, p. 456-488, 2020.

BARAD, Karen. Performatividade pós-humanista: para entender como a matéria chega à matéria. **Revista Vazantes**, v. 1, n. 1, p. 07-34, 2017.

BARNARD, M. **Fashion as Communication**. [s.l.] Routledge, 2013.

BANKS, Patricia A. High culture, black culture: Strategic assimilation and cultural steering in museum philanthropy. **Journal of Consumer Culture**, v. 21, n. 3, p. 660-682, 2021.

BARTHES, Roland. *The camera lucida: note on photography*. 5th ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BARTKY, Sandra Lee. **Foucault, femininity and the modernisation of patriarchal power**. In: DIAMOND, Irene; QUINBY, Lee (Ed.). *Feminism and Foucault: reflections on resistance*. Boston: Northeastern University Press, p. 61-86, 1988.

BASSETT, Caroline. With a Little Help from Our (New) Friends?. **La definición como estrategia política. Al unir los términos “ciber” y “feminismo” se**, 1997.

BASSETT, Elizabeth H.; O'RIORDAN, Kate. Ethics of Internet research: Contesting the human subjects research model. **Ethics and Information Technology**, v. 4, n. 3, p. 233-247, 2002.

BAXTER, Judith. A juggling act: a feminist post-structuralist analysis of girls' and boys' talk in the secondary classroom. **Gender and Education**, v. 14, n. 1, p. 5-19, 2002.

BAXTER, Judith. **Positioning Gender in Discourse: A Feminist Methodology**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2003.

BAXTER, Judith. Feminist post-structuralist discourse analysis: a new theoretical and methodological approach? In: HARRINGTON, Kate; LITOSSELITI, Lia; SAUNTSOON, Helen; SUNDERLAND, Jane (Org.). **Gender and Language Research Methodologies**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, p. 243-255, 2008.

BAXTER, Judith. **The Language of Female Leadership**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009.

BAXTER, Judith. **Double-voicing at Work: Power, Gender and Linguistic Expertise**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.

BAXTER, Judith. **Women Leaders and Gender Stereotyping in the UK Press: A Poststructuralist Approach**. Cham: Palgrave Macmillan, 2017.

BAYEN, Sabine et al. Parkinson's disease: Content analysis of patient online discussion forums. A prospective observational study using Netnography. **Patient education and counseling**, v. 104, n. 8, p. 2060-2066, 2021.

BAUDRILLARD, Jean. **The consumer society: Myths and structures**. Sage, 2016.

BAWA, Sylvia. Women's rights and culture in Africa: a dialogue with global patriarchal traditions. **Canadian Journal of Development Studies/Revue canadienne d'études du développement**, v. 33, n. 1, p. 90-105, 2012.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo: fatos e mitos; a experiência vivida**. Tradução de Sérgio Milliet. 2. ed. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 2014.

BELTON, Robert James. **The beribboned bomb: The image of woman in male surrealist art**. University of Calgary Press, 1995.

BELK, Russell W. Extended self in a digital world. **Journal of consumer research**, v. 40, n. 3, p. 477-500, 2013.

BELK, Russell. Extended self and the digital world. **Current Opinion in Psychology**, v. 10, p. 50-54, 2016.

BENEDICTIS, Sara de; ORGAD, Shani; ROTTENBERG, Catherine. # MeToo, popular feminism and the news: A content analysis of UK newspaper coverage. **European Journal of Cultural Studies**, v. 22, n. 5-6, p. 718-738, 2019.

BERG, Lawrence D. Masculinity, place and a binary discourse of 'theory' and 'empirical investigation' in the human geography of Aotearoa/New Zealand. **Gender, Place and Culture: A Journal of Feminist Geography**, v. 1, n. 2, p. 245-260, 1994.

BENGTSSON, Anders; OSTBERG, Jacob; KJELDGAARD, Dannie. Prisoners in paradise: subcultural resistance to the marketization of tattooing. **Consumption Markets & Culture**, v. 8, n. 3, p. 261-274, 2005.

BERNAUER, James W.; MAHON, Michael. Michel Foucault's ethical imagination. **The Cambridge Companion to Foucault**, v. 2, p. 149-175, 2005.

BHAVNANI, Kum-Kum; HARAWAY, Donna. Shifting the subject: A conversation between Kum-Kum Bhavnani and Donna Haraway, 12 April 1993, Santa Cruz, California. **Feminism & Psychology**, v. 4, n. 1, p. 19-39, 1994.

BIEFELD, Sharla D.; STONE, Ellen A.; BROWN, Christia Spears. Sexy, thin, and white: The intersection of sexualization, body type, and race on stereotypes about women. **Sex Roles**, v. 85, n. 5, p. 287-300, 2021.

BICKFORD, John H.; SOLOMON, Toluwalase V. Trade books' contextualization of consequential women's historical significance. **Social Studies Research and Practice**, 2020.  
BIROLI, Flávia. **Teoria política e feminismo-abordagens brasileiras**. Horizonte, 2016.

BLOCK, Marcelline. First Wave Feminism (Ca. 1848–1960s). **The International Encyclopedia of Revolution and Protest**, p. 1-4, 2009.

BOSSON, Jennifer K.; VANDELLO, Joseph A. Precarious manhood and its links to action and aggression. **Current directions in psychological science**, v. 20, n. 2, p. 82-86, 2011.

BOUTROY, E. Minimalism and lightweight backpacking in France: a material culture of detachment. **Consumption Markets & Culture**, p. 1–16, 26 ago. 2020.

BRAIDOTTI, Rosi. Becoming woman: Or sexual difference revisited. **Theory, culture & society**, v. 20, n. 3, p. 43-64, 2003.

BRAIDOTTI, Rosi et al. Cyberfeminism with a difference. **Futures of critical theory: Dreams of difference**, p. 239-259, 1996.

BRAKE, Michael. The use of subculture as an analytical tool in sociology Comparative youth culture: The Sociology of Youth Cultures and Youth Subcultures in America, Britain and Canada. 1985.

BRACE-GOVAN, Jan. Weighty matters: Control of women's access to physical strength. **The Sociological Review**, v. 52, n. 4, p. 503-531, 2004.

BRACE-GOVAN, Jan. Looking at bodywork: Women and three physical activities. **Journal of sport and social issues**, v. 26, n. 4, p. 403-420, 2002.

BRACE-GOVAN, Jan. Representations of women's active embodiment and men's ritualized visibility in sport. **Marketing Theory**, v. 10, n. 4, p. 369-396, 2010.

BRACE-GOVAN, Jan; FERGUSON, Shelagh. Gender and sexed bodies: Embodiment, corporeality, physical mastery and the gaze. In: **Handbook of research on gender and marketing**. Edward Elgar Publishing. p. 63-100, 2019.

BREWARD, C. **The culture of fashion : a new history of fashionable dress**. Manchester; New York: Manchester University Press; New York, 2015.

BROCK, Tom; JOHNSON, Mark R. Video gaming as craft consumption. **Journal of Consumer Culture**, v. 22, n. 3, p. 598-614, 2022.

BROD, Harry; KAUFMAN, Michael (Ed.). **Theorizing masculinities**. Sage Publications, 1994.

BROWN, Stephen; KOZINETS, Robert V.; SHERRY JR, John F. Teaching old brands new tricks: Retro branding and the revival of brand meaning. **Journal of marketing**, v. 67, n. 3, p. 19-33, 2003.

BURGESS, Melinda CR; STERMER, Steven Paul; BURGESS, Stephen R. Sex, lies, and video games: The portrayal of male and female characters on video game covers. **Sex roles**, v. 57, n. 5, p. 419-433, 2007.

BUTLER, Judith. *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of "Sex"*. New York: Routledge, 1993.

BUTLER, Judith. Gender as performance. In: **A critical sense**. Routledge, p. 109-125, 2013.

BUTLER, Judith. **Precarious life: The powers of mourning and violence**. verso, 2004.

BUTLER, Judith; Trouble Gender. Feminism and the Subversion of Identity. **Gender trouble**, v. 3, n. 1, p. 3-17, 1990.

CANAVAN, B., Post-postmodern consumer authenticity, shantay you stay or sashay away? A netnography of RuPaul's Drag Race fans. **Marketing Theory**, v. 21, n. 2, p. 251-276. 2021.

CARBONE, Filipe. **CS:GO: ESL Impact é o torneio feminino mais assistido da história**. *GE*, 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/csgo/noticia/2022/06/09/csgo-esl-impact-e-o-torneio-feminino-mais-assistido-da-historia.ghtml>. Acesso em: 04 jan. 2025.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 7. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2012.

CASSELL, Justine et al. Genderizing hci. **The Handbook of Human-Computer Interaction**. Mahwah, NJ: Erlbaum, p. 402-411, 2002.

CATTERALL, Miriam; MACLARAN, Pauline. Body talk: Questioning the assumptions in cognitive age. **Psychology & Marketing**, v. 18, n. 10, p. 1117-1133, 2001.

CARLSSON, Fredrik; KATARIA, Mitesh; LAMPI, Elina. Sexual objectification of women in media and the gender wage gap: Does exposure to objectifying pictures lower the reservation wage?. **Journal of Behavioral and Experimental Economics**, v. 108, p. 102157, 2024.

CERQUEIRA, Carla. Feminist Press. **The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication**, p. 1-8, 2020.

CHARTERIS, Jennifer; GREGORY, Sue. Snapchat and affective inequalities: affective flows in a schooling assemblage. **International Journal of Qualitative Studies in Education**, p. 1-17, 2022.

CHEGWE, Emeke. A gender critique of liberal feminism and its impact on Nigerian law. **International Journal of Discrimination and the Law**, v. 14, n. 1, p. 66-78, 2014.

CHEN, Zhen Troy. Poetic presumption of animation, comic, game and novel in a post-socialist China: A case of a popular video-sharing social media Bilibili as heterotopia. **Journal of Consumer Culture**, v. 21, n. 2, p. 257-277, 2021.

CHESS, Shira. **Ready player two: Women gamers and designed identity**. U of Minnesota Press, 2017.

CHESS, Shira; PAUL, Christopher A. The end of casual: Long live casual. **Games and Culture**, v. 14, n. 2, p. 107-118, 2019.

CHILDERS, C. C.; LEMON, L. L.; HOY, M. G. # Sponsored# Ad: Agency perspective on influencer marketing campaigns. **Journal of Current Issues & Research in Advertising**, v. 40, n. 3, p. 258-274, 2019.

CHRISTOFFERSEN, Ashlee; EMEJULU, Akwugo. “Diversity Within”: The Problems with “Intersectional” White Feminism in Practice. **Social Politics: International Studies in Gender, State & Society**, v. 30, n. 2, p. 630-653, 2023.

CLARKE, John et al. **The devil makes work: Leisure in capitalist Britain**. Macmillan, 1985.

CRENSHAW, Kimberle. Demarginalizing the intersection of race and sex: a black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. **Droit et société**, v. 108, p. 465, 2021.

COBB, Shelley; HORECK, Tanya. Post Weinstein: Gendered power and harassment in the media industries. **Feminist media studies**, v. 18, n. 3, p. 489-491, 2018.

COCHRANE, Kira. **All the rebel women: The rise of the fourth wave of feminism**. Guardian Books, 2013.

COLLINS, Patricia Hill; BILGE, Sirma. **Intersectionality**. John Wiley & Sons, 2020.

CONNELL, Raewyn. **Masculinities**. Routledge, 2020.

CONNELL, Raewyn; MESSERSCHMIDT, James W. Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. **Gender & society**, v. 19, n. 6, p. 829-859, 2005.

COSKUNER-BALLI, Gokcen. Citizen-consumers wanted: Revitalizing the American dream in the face of economic recessions, 1981–2012. **Journal of Consumer Research**, v. 47, n. 3, p. 327-349, 2020.

COTE, Amanda C. Gaming sexism. In: **Gaming Sexism**. New York University Press, 2020.

COTE, Amanda C. Writing “Gamers” the gendered construction of gamer identity in Nintendo power (1994–1999). **Games and Culture**, v. 13, n. 5, p. 479-503, 2018.

COTTER, K. Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. **New Media & Society**, v. 21, n. 4, p. 895-913, 2019.

COULDRY, N.; HEPP, A. Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. 2013.

COVA, B.; MACLARAN, P.; BRADSHAW, A. Rethinking Consumer Culture Theory from the postmodern to the communist horizon. **Marketing Theory**, v.13, n.2, p.213-225, 2013.

COVA, Bernard; COVA, Véronique. On the road to prosumption: Marketing discourse and the development of consumer competencies. **Consumption Markets & Culture**, v. 15, n. 2, p. 149-168, 2012.

COVA, Bernard; DALLI, Daniele. From communal resistance to tribal value creation. In: **1st International Conference on Consumption and Consumer Resistance, Paris**. 2008.

COVA, Bernard; MACLARAN, Pauline; BRADSHAW, Alan. Rethinking consumer culture theory from the postmodern to the communist horizon. **Marketing Theory**, v. 13, n. 2, p. 213-225, 2013.

CRAIG, Steve (Ed.). **Men, masculinity and the media**. Sage, 1992.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: Métodos qualitativos, quantitativos e mistos**. 3. Ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CRIMMINS, Gail. Strategies to ‘Slay the dragon’—One head at a time. **Strategies for Resisting Sexism in the Academy: Higher Education, Gender and Intersectionality**, p. 325-338, 2019.

CRONIN, James M.; MCCARTHY, Mary B.; COLLINS, Alan M. Covert distinction: how hipsters practice food-based resistance strategies in the production of identity. **Consumption Markets & Culture**, v. 17, n. 1, p. 2-28, 2014.

CUNNINGHAM, Hugh. **Leisure in the Industrial Revolution: Ca. 1780-Ca. 1880**. 1980.

CURRAH, Andrew. The virtual geographies of retail display. **Journal of Consumer Culture**, v. 3, n. 1, p. 5-37, 2003.

DAGALP, Ileyha; HARTMANN, Benjamin J. From “aesthetic” to aestheticization: a multi-layered cultural approach. **Consumption Markets & Culture**, v. 25, n. 1, p. 1-20, 2022.

DALLI, Daniele. The Role of Consumption Communities in the Market Process: Reproduction, Resistance,... Anything in Between?. **Anything in Between**, 2008.

DANAHER, William F.; CRAWSHAW, Trisha L. “As We Come Marching”: Framing Amplification and Transformation Through Songs and Poetry. In: **Bringing Down Divides**. Emerald Publishing Limited, 2019.

DANIELS, Glenda. Glass Ceilings: cybermisogyny is a sign of unchecked sexism in media and newsrooms. **Agenda**, v. 35, n. 2, p. 123-135, 2021.

DANIELS, Jessie. Rethinking cyberfeminism (s): Race, gender, and embodiment. **Women's Studies Quarterly**, v. 37, n. 1/2, p. 101-124, 2009.

DAROS, Otávio. Prosumer activism: The case of Britney Spears’ Brazilian fandom. **Journal of Consumer Culture**, v. 23, n. 2, p. 428-443, 2022.

DARWIN, Helana. Omnivorous masculinity: Gender capital and cultural legitimacy in craft beer culture. **Social Currents**, v. 5, n. 3, p. 301-316, 2018.

DASGUPTA, Nilanjana; STOUT, Jane G. Girls and women in science, technology, engineering, and mathematics: STEMing the tide and broadening participation in STEM careers. **Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences**, v. 1, n. 1, p. 21-29, 2014.

DAWSON, Don. The rational subordination of women's leisure under patriarchal capitalism. **Loisir et Société/Society and Leisure**, v. 11, n. 2, p. 397-411, 1988.

DE BENEDICTIS, Sara; ORGAD, Shani; ROTTENBERG, Catherine. # MeToo, popular feminism and the news: A content analysis of UK newspaper coverage. **European Journal of Cultural Studies**, v. 22, n. 5-6, p. 718-738, 2019.

DE BOISE, Sam. Is masculinity toxic?. **Norma**, v. 14, n. 3, p. 147-151, 2019.

DE HERTOUGH, Lori Beth. Reinscribing a new normal: Pregnancy, disability, and health 2.0 in the online natural birthing community, birth without fear. 2015.

DE HERTOUGH, Lori Beth; LANE, Liz; OUELLETTE, Jessica. "Feminist Leanings:" Tracing Technofeminist and Intersectional Practices and Values in Three Decades of Computers and Composition. **Computers and Composition**, v. 51, p. 4-13, 2019.

DE MIRANDA, José A. Bragança. Corpo utópico. **cadernos pagu**, n. 15, p. 249-270, 2000.

DE SOUZA, Natália Maria Félix; RODRIGUES SELIS, Lara Martim. Gender violence and feminist resistance in Latin America. **International Feminist Journal of Politics**, v. 24, n. 1, p. 5-15, 2022.

DEBERRY-SPENCE, Benet; IZBERK-BILGIN, Elif. Wearing identity: The symbolic uses of native African clothing by African Americans. **Advances in consumer research**, p. 192-193, 2006.

DEEM, Rosemary. Women, leisure and inequality. **Leisure studies**, v. 1, n. 1, p. 29-46, 1982.

DELBAERE, M.; MICHAEL, B.; PHILLIPS, B. J. Social media influencers: A route to brand engagement for their followers. **Psychology & Marketing**, v. 38, n. 1, p. 101-112, 2021.

DELEUZE, Gilles. **Diferença e repetição**. Editora Paz e Terra, 2018.

DENEGRI-KNOTT, J.; NIXON, E.; ABRAHAM, K. Politicising the study of sustainable living practices. **Consumption Markets & Culture**, v. 21, n. 6, p. 554-573, 2018.

DENZIN, Norman K. The call to performance. **Symbolic interaction**, v. 26, n. 1, p. 187-207, 2003.

DERRIDA, Jacques. **Positions**. Trad. Alan Bass. Chicago: University of Chicago Press, 1981.

DERRIDA, Jacques. *Da Gramatologia*. Tradução de Miriam Chnaiderman e Renato Janine Ribeiro. São Paulo: Perspectiva, 1973.

DERRIDA, Jacques. **Acts of religion**. Routledge, 2013.

DIAZ-FERNANDEZ, Silvia; EVANS, Adrienne. Lad culture as a sticky atmosphere: navigating sexism and misogyny in the UK's student-centred nighttime economy. **Gender, Place & Culture**, v. 27, n. 5, p. 744-764, 2019.

DICKER, Rory; PIEPMEIER, Alison (Ed.). **Catching a wave: Reclaiming feminism for the 21st century**. Northeastern University Press, 2016.

DOBSCHA, Susan; OZANNE, Julie L. An ecofeminist analysis of environmentally sensitive women using qualitative methodology: The emancipatory potential of an ecological life. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 20, n. 2, p. 201-214, 2001.

DONAGHEY, Jim. Punk and feminism in Indonesia. **Cultural Studies**, v. 35, n. 1, p. 136-161, 2020.

DOWLING, David O.; GOETZ, Christopher; LATHROP, Daniel. One year of# GamerGate: The shared Twitter link as emblem of masculinist gamer identity. **Games and Culture**, v. 15, n. 8, p. 982-1003, 2020.

DOWNS, Edward; SMITH, Stacy L. Keeping abreast of hypersexuality: A video game character content analysis. **Sex roles**, v. 62, n. 11, p. 721-733, 2010.

DREYFUS, H.L.; RABINOW, P. **Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica**. Rio de Janeiro, Forense, 2011.

DUCHEN, Claire. Simone De Beauvoir 1908-1986. **Theory, Culture & Society**, v. 3, n. 3, p. 165-169, 1986.

DUFFY, B. E. **(Not) getting paid to do what you love: Gender, social media, and aspirational work**. Yale University Press, 2017.

DUMITRICA, Delia; GADEN, Georgia. Knee-high boots and six-pack abs: Autoethnographic reflections on gender and technology in Second Life. **Journal For Virtual Worlds Research**, v. 1, n. 3, 2008.

DYMEK, Mikolaj. Expanding the magic circle—gamification as a marketplace icon. **Consumption Markets & Culture**, v. 21, n. 6, p. 590-602, 2018.

EAGLY, Alice H.; CHRVALA, Carole. Sex differences in conformity: status and gender role interpretations. **Psychology of Women Quarterly**, v. 10, n. 3, p. 203–220, 1986.

EDEN, Sally. Blurring the boundaries: Prosumption, circularity and online sustainable consumption through Freecycle. **Journal of consumer culture**, v. 17, n. 2, p. 265-285, 2015.

EIGENRAAM, A. W. et al. A consumer-based taxonomy of digital customer engagement practices. **Journal of Interactive Marketing**, v. 44, p. 102-121, 2018.

ELUND, Jude. **Subversion, sexuality and the virtual self**. Springer, 2015.

ENTWISTLE, J. **The fashioned body : fashion, dress and modern social theory**. Cambridge ; Malden (Mass.): Polity Press, 2000.

FERGUSON, Shelagh; BRACE-GOVAN, Jan; MARTIN, Diane M. Gender status bias and the marketplace. **Journal of Business Research**, v. 107, p. 211-221, 2020.

FERRY, Nicole. Where is the patriarchy?: A review and research agenda for the concept of patriarchy in management and organization studies. *Gender, Work & Organization*, v. 32, n. 1, p. 302-329, 2025.

FIGUEROA, Libertad. Experimental sound creation, cyberfeminism and virtual communities in Latin America. *Feminist Review*, v. 127, n. 1, p. 114-118, 2021.

FIRAT, A. Fuat; VENKATESH, Alladi. Liberatory postmodernism and the reenchantment of consumption. *Journal of consumer research*, v. 22, n. 3, p. 239-267, 1995.

FIRKS, Kate. On the Land, in the Underground: The Rise and Fall of the 'Crusties'. In: *Music, Subcultures and Migration*. Routledge, 2024. p. 48-64.

FISKE, J.; HARTLEY, J. *Reading Television*. [s.l.] Routledge, 2004.

FRANSSEN, G. The celebritization of self-care: The celebrity health narrative of Demi Lovato and the sickscape of mental illness. *European Journal of Cultural Studies*, p. 1- 23, 2019.

FRIEDAN, Betty. *The Feminine Mystique: The classic that sparked a feminist revolution*. Thread, 2021.

FOLBRE, Nancy. Chicks, hawks, and patriarchal institutions. *Handbook of behavioral economics*, p. 499-516, 2006.

FORCHIERI, Sofia. Remembering for the future: Femicide literary narratives and the formation of feminist collective subjects. *Memory Studies*, 2024.

FORD, T. E.; WENTZEL, E. R.; LORION, J. Effects of exposure to sexist humor on perceptions of normative tolerance of sexism. *European Journal of Social Psychology*, v. 31, n. 6, p. 677-691, 2001.

FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 254p., 2017.

FOUCAULT, M. *História da sexualidade III: o cuidado de si*. São Paulo: Paz e Terra, 2014b.

FOUCAULT, M. *História da sexualidade*, vol. 1: a vontade de saber. São Paulo: Paz e Terra, 2014a.

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade II: O uso dos prazeres*. 8ª Edição. **Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra**, 2020.

FOUCAULT, Michel. Verdade e subjetividade. *Revista de Comunicação e linguagem*, v. 19, p. 203-223, 1993.

FOX, Jesse; TANG, Wai Yen. Women's experiences with general and sexual harassment in online video games: Rumination, organizational responsiveness, withdrawal, and coping strategies. **New media & society**, v. 19, n. 8, p. 1290-1307, 2017.

FOX, Kathryn Joan. Real punks and pretenders: The social organization of a counterculture. **Journal of contemporary ethnography**, v. 16, n. 3, p. 344-370, 1987.

FRANCO, David Silva; FERRAZ, Deise Luiza Da Silva. Uberização do trabalho e acumulação capitalista. **Cadernos Ebape. BR**, v. 17, p. 844-856, 2019.

FRECHETTE, Michael et al. Collaborative consumption, social distance and the extended self. **Journal of Consumer Marketing**, v. 37, n. 4, p. 413-422, 2020.

FREGOSO, Rosa-Linda; BEJARANO, Cynthia (Ed.). **Terrorizing women: Femicide in the Americas**. Duke University Press, 2020.

FULLERTON, Tracy; MORIE, Jacquelyn Ford; PEARCE, Celia. A game of one's own: Towards a new gendered poetics of digital space. In: **Proceedings DAC**. 2008.

FUSCHILLO, Gregorio. Fans, fandoms, or fanaticism?. **Journal of Consumer Culture**, v. 20, n. 3, p. 347-365, 2020.

GAMBAUDO, Sylvie. Julia Kristeva, 'woman's primary homosexuality' and homophobia. **European Journal of Women's Studies**, v. 20, n. 1, p. 8-20, 2013.

GARCIA, Carla Cristina. **Breve história do feminismo**. Claridade, 2018.

GARCIA, Erica S.; JOHNSON, Chanelle M. Using Feminist Family Therapy and a Multidisciplinary Collaboration to Address Issues Regarding Sexism in Gamers. **Journal of Feminist Family Therapy**, v. 31, n. 1, p. 19-39, 2019.

GARLAND, D. What is a "history of the present"? On Foucault's genealogies and their critical preconditions. **Punishment & Society**, v. 16, n. 4, p. 365-384, 2014.

GATENS, Moira. A critique of the sex/gender distinction. In: ALLEN, Judith; PATTON, Paul (Ed.). *Beyond Marxism?: Interventions after Marx*. Sydney: **Intervention Publications**, p. 143-160, 1983.

GAUNT, Ruth; PINHO, Mariana. Do sexist mothers change more diapers? Ambivalent sexism, maternal gatekeeping, and the division of childcare. **Sex Roles**, v. 79, n. 3-4, p. 176-189, 2018.

GERSCHICK, Thomas J.; MILLER, Adam Stephen. Gender identities at the crossroads of masculinity and physical disability. In: **Toward a new psychology of gender**. Routledge, p. 455-475, 1997.

GESTOS, Meghan; SMITH-MERRY, Jennifer; CAMPBELL, Andrew. Representation of women in video games: A systematic review of literature in consideration of adult female wellbeing. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 21, n. 9, p. 535-541, 2018.

GILL, R. Análise de discurso. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. São Paulo: Vozes Limitada, 2002.

GILL, Rosalind. Sexism reloaded, or, it's time to get angry again!. **Feminist Media Studies**, v. 11, n. 01, p. 61-71, 2011.

GISBERT, Verónica; RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim. Women's bodies in festivity spaces: feminist resistance to gender violence at traditional celebrations. **Social Identities**, v. 25, n. 6, p. 775-792, 2019.

GLAUBKE, Christina R. et al. Fair Play? Violence, Gender and Race in Video Games. 2001.  
GOH, Annie. Sonic cyberfeminism and its discontents. **CTM Festival Magazine-Dis Continuity**, p. 56-58, 2014.

GOH, Annie; THOMPSON, Marie. Sonic Cyberfeminisms: Introduction. **Feminist Review**, v. 127, n. 1, p. 1-12, 2021.

GORDON, Avery F. Globalism and the prison industrial complex: an interview with Angela Davis. **Race & Class**, v. 40, n. 2-3, p. 145-157, 1999.

GOULDING, Christina; SAREN, Michael. Performing identity: An analysis of gender expressions at the Whitby goth festival. **Consumption, Markets and Culture**, v. 12, n. 1, p. 27-46, 2009.

GRAY, Jonathan; SANDVOSS, Cornel; HARRINGTON, C. Lee (Ed.). **Fandom: Identities and communities in a mediated world**. NYU Press, 2017.

GRAY, Kishonna L. Gaming out online: Black lesbian identity development and community building in Xbox Live. **Journal of lesbian studies**, v. 22, n. 3, p. 282-296, 2018.

GRAY, Kishonna. **Race, gender, and deviance in Xbox live: Theoretical perspectives from the virtual margins**. Routledge, 2014.

GREGORY, Sarah. Women among others: Another view. **Leisure Studies**, v. 1, n. 1, p. 47-52, 1982.

GREWAL, Inderpal. Authoritarian patriarchy and its populism. **English Studies in Africa**, v. 63, n. 1, p. 179-198, 2020.

HAI, Samira. Palestinian women and patriarchal relations. **Signs: Journal of Women in Culture and Society**, v. 17, n. 4, p. 761-778, 1992.

GUIZZO, Francesca; DI MICHELE, Daniela; CADINU, Mara. From sexualized media consumption to salary negotiation: The relation between chronic self-objectification processes and women's negotiation intentions. **Media Psychology**, p. 1-28, 2024.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. TupyKurumin, 2006.

HAMMOND, Matthew D.; OVERALL, Nickola C. Benevolent sexism and support of romantic partner's goals: Undermining women's competence while fulfilling men's intimacy needs. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 41, n. 9, p. 1180-1194, 2015.

HANISCH, C. The Personal is Political. Notes from the Second Year: **Women's Liberation**, 1970.

HANNE, T.; LEE, F.; CLARK, E. Beauty Standards and Digital Feminism in Online Communities. **Feminist Studies in Media**, 2020.

HARAWAY, Donna J. The virtual speculum in the new world order. **Feminist Review**, v. 55, n. 1, p. 22-72, 1997.

HARAWAY, Donna. Manifesto ciborgue. **Antropologia do ciborgue. Belo Horizonte: Autêntica**, p. 33-118, 2000.

HARDEY, Mariann. Tech Work After TechnoFem. In: **The Culture of Women in Tech**. Emerald Publishing Limited, 2019. p. 19-42.

HARDEY, Mariann. The Place of Women's Activism in Tech Clusters in the Era of# everydaysexism and# MeToo. In: **The Culture of Women in Tech**. Emerald Publishing Limited, p. 129-148. 2019.

HARRISON, Guy. Gaming sexism: gender and identity in the era of casual video games: by Amanda Cote, 2020, New York, New York University Press, p. 274. 2021.

HARRISON, Robert L.; DRENTEN, Jenna; PENDARVIS, Nicholas. Gamer girls: navigating a subculture of gender inequality. In: **Consumer Culture Theory**. Emerald Group Publishing Limited, p. 47-64. 2016.

HARTMANN, Benjamin J. Peeking behind the mask of the prosumer: Theorizing the organization of consumptive and productive practice moments. **Marketing Theory**, v. 16, n. 1, p. 3-20, 2016.

HAWTHORNE, Susan; KLEIN, Renate (Ed.). **Cyberfeminism: Connectivity, critique and creativity**. Spinifex Press, 1999.

HAYES, Elisabeth. Gendered identities at Play: Case studies of two women playing Morrowind. **Games and culture**, v. 2, n. 1, p. 23-48, 2007.

HAYLES, N. Katherine. Unfinished work: From cyborg to cognisphere. **Theory, Culture & Society**, v. 23, n. 7-8, p. 159-166, 2006.

HEBDIGE, Dick. **Subculture: The Meaning of Style**. [s.l.] Routledge, 2012.

HEINONEN, K.; MEDBERG, G. Netnography as a tool for understanding customers: implications for service research and practice. **Journal of Services Marketing**, v. 32, n. 6, p. 657-679, 2018.

HERNANDEZ-TRUYOL, Berta Esperanza. Women's Rights as Human Rights--Rules, Realities and the Role of Culture: A Formula for Reform. **Brook. J. Int'l L.**, v. 21, p. 605, 1995.

HILVERT-BRUCE, Zorah et al. Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. **Computers in Human Behavior**, v. 84, p. 58-67, 2018.

HOOKS, bell. **Feminismo é para todo mundo: políticas radicais de amor**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2000.

HOOKS, Bell. **Teoria feminista: da margem ao centro**. Edição digital, 2022.

HOLBROOK, Morris B.; HIRSCHMAN, Elizabeth C. The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. **Journal of consumer research**, v. 9, n. 2, p. 132-140, 1982.

HOLLANDA, Heloísa Buarque de (Ed.). **Pensamento feminista: conceitos fundamentais**. Bazar do Tempo, 2019.

HOLT, Douglas B. Poststructuralist lifestyle analysis: Conceptualizing the social patterning of consumption in postmodernity. **Journal of Consumer research**, v. 23, n. 4, p. 326-350, 1997.

HOLT, Douglas B. **How brands become icons: The principles of cultural branding**. harvard business press, 2004.

HOLT, Douglas B.; THOMPSON, Craig J. Man-of-action heroes: The pursuit of heroic masculinity in everyday consumption. **Journal of Consumer research**, v. 31, n. 2, p. 425-440, 2004.

HOLTER, Oystein Gullvag. **Gender, patriarchy and capitalism: A social forms analysis**. Oslo: Work Research Institute, 1997.

HOLTER, Oystein Gullvag. **Can Men Do It?: Men and Gender Equality--the Nordic Experience**. Nordic Council of Ministers, 2003.

HOUSTON, H. Rika. Other mothers: Framing the cybernetic construction (s) of the postmodern family. **Consumption Markets & Culture**, v. 7, n. 3, p. 191-209, 2004.

HUANG, Yan. The Dilemma of Woman Body in the Consumer Society. **Int'l J. Soc. Sci. Stud.**, v. 7, p. 125, 2019.

HUMPHREYS, Sal. On being a feminist in games studies. **Games and Culture**, v. 14, n. 7-8, p. 825-842, 2019.

IZBERK-BILGIN, Elif. An interdisciplinary review of resistance to consumption, some marketing interpretations, and future research suggestions. **Consumption, Markets and Culture**, v. 13, n. 3, p. 299-323, 2010.

JACKSON, Emma. Bowling Together? Practices of Belonging and Becoming in a London Ten-Pin Bowling League. **Sociology**, v. 54, n. 3, p. 003803851989252, 8 jan. 2020.

JANSEN, Sue Curry; SABO, Don. The sport/war metaphor: Hegemonic masculinity, the Persian Gulf War, and the new world order. **Sociology of sport journal**, v. 11, n. 1, p. 1-17, 1994.

JEFFRIES, Michael. 'Is it okay to go out on the pull without it being nasty?': lads' performance of lad culture. **Gender and Education**, v. 32, n. 7, p. 908-925, 2020.

JENNINGS, Jerry L.; MURPHY, Christopher M. Male-male dimensions of male-female battering: A new look at domestic violence. **Psychology of Men & Masculinity**, v. 1, n. 1, p. 21, 2000.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 1. ed. São Paulo: Aleph, 2013.

JENKINS, Henry. "Cultural acupuncture": Fan activism and the Harry Potter alliance. **Popular media cultures: Fans, audiences and paratexts**, p. 206-229, 2015.

JENKINS, Henry. Complete freedom of movement: Video games as gendered play spaces. **From barbie to mortal kombat: Gender and computer games**, v. 2, p. 262-296, 2006.

JEWKES, Rachel et al. Hegemonic masculinity: combining theory and practice in gender interventions. **Culture, health & sexuality**, v. 17, n. sup2, p. 112-127, 2015.

JOHNSON, Robin S. Toward greater production diversity: Examining social boundaries at a video game studio. **Games and Culture**, v. 8, n. 3, p. 136-160, 2013.

JOHNSON, Robin. Technomascularity and its influence in video game production. In: **Masculinities in play**. Palgrave Macmillan, Cham, p. 249-262, 2018.

JORGE, A. Bloggers e vloggers de celebridades. *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication*, p. 1-7, 2020.

JOY, Annamma. Gift giving in Hong Kong and the continuum of social ties. **Journal of consumer research**, v. 28, n. 2, p. 239-256, 2001.

JOY, Annamma; BELK, Russell; BHARDWAJ, Rishi. Judith Butler on performativity and precarity: Exploratory thoughts on gender and violence in India. **Journal of Marketing Management**, v. 31, n. 15-16, p. 1739-1745, 2015.

JOY, Annamma; VENKATESH, Alladi. Postmodernism, feminism, and the body: The visible and the invisible in consumer research. **International Journal of research in Marketing**, v. 11, n. 4, p. 333-357, 1994.

KANDIYOTI, Deniz. Bargaining with patriarchy. **Gender & society**, v. 2, n. 3, p. 274-290, 1988.

KARAM, Charlotte; GHANEM, May. Multilevel power dynamics shaping employer anti-sexual harassment efforts in Lebanon. **Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal**, 2019.

KARHAWI, I et al. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Communicare**, v. 17, p. 46-61, 2017.

KARHAWI, I. Notas teóricas sobre influenciadores digitais e Big Brother Brasil. In: **E-Compós**. 2021.

KATES, Steven M. The protean quality of subcultural consumption: An ethnographic account of gay consumers. **Journal of consumer research**, v. 29, n. 3, p. 383-399, 2002.

KATES, Steven Maxwell. **Twenty million new customers!: Understanding gay men's consumer behavior**. Psychology Press, 1998.

KATZ, E.. The two-step flow of communication: An up-to-date report on an hypothesis. **Public opinion quarterly**, v. 21, n. 1, p. 61-78, 1957.

KEELEY, Robin. **Freedom dreams**. The Black Radical Imagination. Boston: Beacon Press, 2002.

KELAN, Elisabeth K. 'I don't know why'—Accounting for the scarcity of women in ICT work. In: **Women's Studies International Forum**. Pergamon, 2007. p. 499-511.

KELKAR, Govind; NATHAN, Dev. **Witch Hunts: Culture, Patriarchy, and Transformation: Culture, Patriarchy and Structural Transformation**. Cambridge University Press, 2020.

KELLER, Jessalynn. "Oh, She's a Tumblr Feminist": exploring the platform vernacular of girls' social media feminisms. **Social Media+ Society**, v. 5, n. 3, p. 2056305119867442, 2019.

KELLER, Jessalynn. **Girls' feminist blogging in a postfeminist age**. Routledge, 2015.

KELLER, Jessalynn; MENDES, Kaitlynn; RINGROSE, Jessica. Speaking 'unspeakable things': Documenting digital feminist responses to rape culture. **Journal of gender studies**, v. 27, n. 1, p. 22-36, 2018.

KELLEY, Norman. Notes on the political economy of black music. **Rhythm and business: The political economy of black music**, p. 6-24, 2002.

KELLNER, Douglas. Cultural studies, multiculturalism, and media culture. **Gender, race, and class in media: A critical reader**, v. 3, p. 7-18, 2011.

KILBOURNE, Jean. **Deadly persuasion: Why women and girls must fight the addictive power of advertising**. Lexington Volunteer Recording Unit, 2000.

KIRKPATRICK, Graeme. Making games normal: Computer gaming discourse in the 1980s. **new media & society**, v. 18, n. 8, p. 1439-1454, 2016.

KITCHIN, Robert M. Towards geographies of cyberspace. **Progress in human geography**, v. 22, n. 3, p. 385-406, 1998.

KIVIJÄRVI, Marke; KATILA, Saija. Becoming a Gamer: Performative Construction of Gendered Gamer Identities. **Games and Culture**, v. 17, n. 3, p. 461-481, 2022.

KLEIN, Renate; HAWTHORNE, Susan (Ed.). **Cyberfeminism: Connectivity, critique and creativity**. Spinifex Press, 2010.

KORTEWEG, Anna C.; YURDAKUL, Gökçe. Liberal feminism and postcolonial difference: Debating headscarves in France, the Netherlands, and Germany. **Social Compass**, p. 0037768620974268, 2020.

KOZINETS, R. V. **Netnography: The essential guide to qualitative social media research**. Doing ethnographic research online. New York: Sage, 2020.

KOZINETS, R.V. **Netnography: Doing Ethnographic Research Online**. London: Sage. 2010.

KOZINETS, R.V. **Netnography: Redefined**. London: Sage. 2015.

KOZINETS, Robert V. Can consumers escape the market? Emancipatory illuminations from burning man. **Journal of Consumer research**, v. 29, n. 1, p. 20-38, 2002.

KOZINETS, Robert V. Utopian enterprise: Articulating the meanings of Star Trek's culture of consumption. **Journal of consumer research**, v. 28, n. 1, p. 67-88, 2001.

KOZINETS, Robert V.; HANDELMAN, Jay M. Adversaries of consumption: Consumer movements, activism, and ideology. **Journal of consumer research**, v. 31, n. 3, p. 691-704, 2004.

KOZINETS, Robert V.; HANDELMAN, Jay. Ensouling consumption: A netnographic exploration of the meaning of boycotting behavior. **ACR North American Advances**, 1998.

KOZINETS, Robert. Management netnography: axiological and methodological developments in online cultural business research. **The Sage handbook of qualitative business and management research methods**. London: Sage, 2015.

KOZINETS, Robert; PATTERSON, Anthony; ASHMAN, Rachel. Networks of desire: How technology increases our passion to consume. **Journal of Consumer Research**, v. 43, n. 5, p. 659-682, 2017.

KRAEMER, Fernanda; SILVEIRA, Teniza da; ROSSI, Carlos Alberto Vargas. Evidências cotidianas de resistência ao consumo como práticas individuais na busca pelo desenvolvimento sustentável. **Cadernos Ebape. Br**, v. 10, p. 677-700, 2012.

KUEHN, Kathleen M.; PARKER, Sophie. One of the blokes: Brewsters, branding and gender (in) visibility in New Zealand's craft beer industry. **Journal of Consumer Culture**, v. 21, n. 3, p. 519-538, 2018.

KUPERS, Terry A. Toxic masculinity as a barrier to mental health treatment in prison. **Journal of clinical psychology**, v. 61, n. 6, p. 713-724, 2005.

KULL, Anne. Speaking cyborg: Technoculture and technonature. **Zygon®**, v. 37, n. 2, p. 279-288, 2002.

KUSS, Daria J. et al. To Be or Not to Be a Female Gamer: A Qualitative Exploration of Female Gamer Identity. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 19, n. 3, p. 1169, 2022.

LAGARDE, Marcela et al. **Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas**. Siglo XXI Editores México, 2016.

LARGHI, N. **Mais mulheres jogam jogos digitais; no entanto, mais homens se dizem 'gamers'**. Valor Investe, 2021. Disponível em: <<https://valorinveste.globo.com/mercados/brasil-e-politica/noticia/2021/04/10/mais-mulheres-jogam-jogos-digitais-no-entanto-mais-homens-se-dizem-gamers.ghtml>> Acesso em : 01 mai 2023.

LATOURETTE, Bruno. Redes, sociedades, esferas: reflexões de um teórico ator-rede. **Informática na Educação: teoria & prática**, v. 16, n. 1, 2013.

LEBAN, M.; THOMSEN, T. U.; VON WALLPACH, S.; VOYER, B. G. Constructing Personas: How High-Net-Worth Social Media Influencers Reconcile Ethicality and Living a Luxury Lifestyle. **Journal of Business Ethics**, v. 169, pp. 225-239, 2021.

LEE, Mike et al. Anti-consumption and consumer resistance: concepts, concerns, conflicts and convergence. **European Journal of Marketing**, v. 45, n. 11/12, 2011.

LEGERSKI, Elizabeth Miklya; CORNWALL, Marie. Working-class job loss, gender, and the negotiation of household labor. **Gender & Society**, v. 24, n. 4, p. 447-474, 2010.

LERNER, Gerda. *The Creation of Patriarchy*. New York, NY. 1986.

LÉVY, P. **Que é o Virtual?**, O. Editora 34, 1996.

LEVY, Yael. Serial housewives: the feminist resistance of The Real Housewives' matrixial structure. **Continuum**, v. 32, n. 3, p. 370-380, 2018.

LIU, Tingting; LI, Mimi; WU, Monica. Performing femininity: Women at the top (doing and undoing gender). **Tourism Management**, v. 80, p. 104130, 2020.

LINSTEAD, Stephen; PULLEN, Alison. Gender as multiplicity: Desire, displacement, difference and dispersion. **Human Relations**, v. 59, n. 9, p. 1287-1310, 2006.

LONEY-HOWES, Rachel. Shifting the rape script: "Coming out" online as a rape victim. **Frontiers: A Journal of Women Studies**, v. 39, n. 2, p. 26-57, 2018.

LUKE, C. Women in the Academy: the politics of speech and silence. **British Journal of Sociology of Education**, v. 15, n. 2, p. 211-230, jan. 1994.

MAKAROVA, Elena; AESCHLIMANN, Belinda; HERZOG, Walter. Why is the pipeline leaking? Experiences of young women in STEM vocational education and training and their adjustment strategies. **Empirical Research in Vocational Education and Training**, v. 8, n. 1, p. 1-18, 2016.

MALINOWSKA, Ania. Waves of Feminism. **The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication**, p. 1-7, 2020.

MARSHALL, P. David. **The Celebrity Culture Reader**. London: Routledge, 2010.

MARTIN JR, Alfred L. Fandom while black: Misty Copeland, Black Panther, Tyler Perry and the contours of US black fandoms. **International Journal of Cultural Studies**, v. 22, n. 6, p. 737-753, 2019.

MARTINO, Wayne. Boys and literacy: Exploring the construction of hegemonic masculinities and the formation of literate capacities for boys in the English classroom. **English in Australia**, n. 112, p. 11-24, 1995.

MARTÍNEZ-COLLADO, Ana. Prácticas artísticas y activistas feministas en el escenario electrónico. Transformaciones de género en el futuro digital/Artistic practices and feminist activists in the electronic scene: Transformations of gender in the digital future. **Asparkía. Investigación feminista**, n. 22, p. 99-114, 2011.

MARWICK, A. You may know me from YouTube. **A companion to celebrity**, v. 333, 2016.

MASTER, Allison et al. Programming experience promotes higher STEM motivation among first-grade girls. **Journal of experimental child psychology**, v. 160, p. 92-106, 2017.

MATICH, Margaret; ASHMAN, Rachel; PARSONS, Elizabeth. # freethenipple—digital activism and embodiment in the contemporary feminist movement. **Consumption Markets & Culture**, v. 22, n. 4, p. 337-362, 2020.

MATRIX, V. N. S. cyberfeminist manifesto for the 21st century by vns matrix. **old boys network**, 1991.

MCALEXANDER, James H.; SCHOUTEN, John W.; KOENIG, Harold F. Building brand community. **Journal of marketing**, v. 66, n. 1, p. 38-54, 2002.

MCGLASHAN, Mark; MERCER, John. **Toxic Masculinity: Men, Meaning, and Digital Media**. Routledge, 2023.

MCGOVERN, Orla; COLLINS, Rebecca; DUNNE, Simon. The associations between photo-editing and body concerns among females: A systematic review. **Body Image**, v. 43, p. 504-517, 2022.

MCROBBIE, Angela. *The aftermath of feminism: Gender, culture and social change*. 2008.

MEIJER, Irene Costera. Advertising citizenship: an essay on the performative power of consumer culture. **Media, Culture & Society**, v. 20, n. 2, p. 235-249, 1998.

**MARTINEZ, Melanie.** *Womb. Portals.* [S.l.]: Atlantic Records, 2023. 1 arquivo de áudio. Disponível em: <https://open.spotify.com/search/womb#login>. Acesso em: 18 jan. 2025.

MENDES, Kaitlynn; RINGROSE, Jessica; KELLER, Jessalynn. **Digital feminist activism: Girls and women fight back against rape culture.** Oxford University Press, 2019.

MESSERSCHMIDT, James W. **Masculinities and crime: Critique and reconceptualization of theory.** Rowman & Littlefield Publishers, 1993.

MESSERSCHMIDT, James W. Managing to kill: Masculinities and the space shuttle Challenger explosion. **Masculinities in Organizations**, 2017.

MIKKONEN, Ilona; BAJDE, Domen. Happy Festivus! Parody as playful consumer resistance. **Consumption Markets & Culture**, v. 16, n. 4, p. 311-337, 2013.

MIKKONEN, Ilona; MOISANDER, Johanna; FIRAT, A. Fuat. Cynical identity projects as consumer resistance—the Scrooge as a social critic?. **Consumption, Markets and Culture**, v. 14, n. 1, p. 99-116, 2011.

MILES, S. The emergence of contemporary consumer culture. In: KRAVETZ, O.; MACLAREN, P.; MILES, S.; VENKATESH, A. (eds). *The Sage handbook of consumer culture.* London: Sage, p.3-26, 2018.

MODLESKI, Tania. The search for tomorrow in today's soap operas: Notes on a feminine narrative form. **Film Quarterly**, v. 33, n. 1, p. 12-21, 1979.

MOHAMMED, Wunpini Fatimata. Why we need intersectionality in Ghanaian feminist politics and discourses. **Feminist Media Studies**, v. 23, n. 6, p. 3031-3047, 2023.

MOISANDER, Johanna; VALTONEN, Anu; HIRSTO, Heidi. Personal interviews in cultural consumer research—post-structuralist challenges. **Consumption, Markets and Culture**, v. 12, n. 4, p. 329-348, 2009.

MOLINA-GUZMÁN, Isabel. # OscarsSoWhite: how Stuart Hall explains why nothing changes in Hollywood and everything is changing. **Critical Studies in Media Communication**, v. 33, n. 5, p. 438-454, 2016.

MONAGHAN, Whitney. Post-gay television: LGBTQ representation and the negotiation of 'normal' in MTV's *Faking It*. **Media, Culture & Society**, v. 43, n. 3, p. 428-443, 2021.

MORGAN, Colleen. Avatars, monsters, and machines: A cyborg archaeology. **European Journal of Archaeology**, v. 22, n. 3, p. 324-337, 2019.

MORGAN, David HJ; TAYLORSON, Daphne E. Introduction: Class and Work: Bringing Women Back In. **Gender, Class and Work, London, Heinemann**, 1983.

MORGAN, David. Gender, bodies and work. **Human Resource Management International Digest**, v. 14, n. 4, 2006.

MOSS-RACUSIN, Corinne A.; MOLENDIA, Aneta K.; CRAMER, Charlotte R. Can evidence impact attitudes? Public reactions to evidence of gender bias in STEM fields. **Psychology of Women Quarterly**, v. 39, n. 2, p. 194-209, 2015.

MOZELEY, Fee; MCPHILLIPS, Kathleen. Knowing otherwise: Restorying intuitive knowing as feminist resistance. **Women's Studies**, v. 48, n. 8, p. 844-861, 2019.

MULUMEODERHWA, Maroyi. "A woman's degree must end in the kitchen": expectations of women in the eastern democratic Republic of Congo. **Journal of Family Issues**, v. 43, n. 5, p. 1190-1218, 2022.

MUNIZ JR, Albert M.; SCHAU, Hope Jensen. Religiosity in the abandoned Apple Newton brand community. **Journal of consumer research**, v. 31, n. 4, p. 737-747, 2005.

MURPHY, Maria. voicing the clone: Laurie Anderson and technologies of reproduction. **Feminist Review**, v. 127, n. 1, p. 56-72, 2021.

MURRAY, Derek Conrad. Selfie consumerism in a narcissistic age. **Consumption Markets & Culture**, v. 23, n. 1, p. 21-43, 2018.

NAGEL, Duane M.; CRONIN JR, J. Joseph; UTECHT, Richard L. Consumption or prosumption? A question of resources. **Journal of Services Marketing**, v. 32, n. 6, p. 739-754, 2018.

NAIDOO, Rennie; COLEMAN, Kalley; GUYO, Cordelia. Exploring gender discursive struggles about social inclusion in an online gaming community. **Information Technology & People**, 2019.

NEAR, Christopher E. Selling gender: Associations of box art representation of female characters with sales for teen-and mature-rated video games. **Sex roles**, v. 68, n. 3, p. 252-269, 2013.

NEWZOO. **Women account for 46% of all game enthusiasts: Watching game video content and esports has changed how women and men alike engage with games**. Newzoo, 2019. Disponível em: <https://newzoo.com/resources/blog/women-account-for-46-of-all-game-enthusiasts-watching-game-video-content-and-esports-has-changed-how-women-and-men-alike-engage-with-games>. Acesso em: 4 abr. 2024.

OCHSNER, Amanda. Reasons why: Examining the experience of women in games 140 characters at a time. **Games and Culture**, v. 14, n. 5, p. 523-542, 2019.

OMVEDT, Gail. The origin of patriarchy. 1987.

O'DONNELL, Sue et al. Masculinity and Violence Interconnectedness: Defining and Reconciling the Gender Paradox Among Men With Cumulative Lifetime Violence Histories. **SAGE Open**, v. 14, n. 3, p. 21582440241266998, 2024.

ORME, Stephanie. "Just watching": A qualitative analysis of non-players' motivations for video game spectatorship. **new media & society**, v. 24, n. 10, p. 2252-2269, 2022.

- PAASONEN, Susanna. Revisiting cyberfeminism. 2011.
- PAIVA, A. L. de; GARCIA, A. S.; ALCÂNTARA, V. de C.. Disputas Discursivas sobre Corrupção no Brasil: Uma Análise Discursivo-Crítica no Twitter. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 21, n. 5, p. 627-647, 2017.
- PARRY, N. C. A. Sociological contributions to the study of leisure. **Leisure Studies**, v. 2, n. 1, p. 57-81, 1983.
- PAUL, Christopher A. **The toxic meritocracy of video games: Why gaming culture is the worst**. U of Minnesota Press, 2018.
- PEÑALOZA, Lisa; PRICE, Linda L. Consumer resistance: a conceptual overview. **ACR North American Advances**, 1993.
- PHIPPS, Alison et al. Rape culture, lad culture and everyday sexism: Researching, conceptualizing and politicizing new mediations of gender and sexual violence. **Journal of Gender Studies**, v. 27, n. 1, p. 1-8, 2018.
- PHIPPS, Alison; YOUNG, Isabel. That's what she said: Women students' experiences of 'lad culture' in higher education. 2014.
- PIERCE, Tess. Singing at the digital well: Blogs as cyberfeminist sites of resistance. **Feminist Formations**, p. 196-209, 2010.
- PLANT, Sadie. **Zeros and ones: Digital women and the new technoculture**. London, 1997.
- POELS, Yorick et al. Are you a gamer? A qualitative study on the parameters for categorizing casual and hardcore gamers. **Iadis International Journal on www/internet**, n. 1, p. 1-16, 2012.
- POLESE, Abel; SELIVERSTOVA, Oleksandra. Luxury consumption as identity markers in Tallinn: A study of Russian and Estonian everyday identity construction through consumer citizenship. **Journal of Consumer Culture**, v. 20, n. 2, p. 194-215, 2020.
- POLICASTRO, Christina. Feminist Theory. **The Encyclopedia of Crime and Punishment**, First Edition. Edited by Wesley G. Jennings. p. 1-5, 2016.
- PORTO, Vh. **Organizações deixam o cenário feminino**. *Dust2*, 2024. Disponível em: <https://www.dust2.com.br/noticias/55905/organizacoes-deixam-o-cenario-feminino>. Acesso em: 04 jan. 2025.
- PUMBA, Rafael. **5 fatos marcantes no CS feminino brasileiro em 2024**. *Dust2*, 2024. Disponível em: <https://www.dust2.com.br/noticias/56558/5-fatos-marcantes-no-cs-feminino-brasileiro-em-2024>. Acesso em: 04 jan. 2025.
- RAABE, Isabel J.; BODA, Zsófia; STADTFELD, Christoph. The social pipeline: How friend influence and peer exposure widen the STEM gender gap. **Sociology of Education**, v. 92, n. 2, p. 105-123, 2019.

REDDEN, Stephanie M.; TERRY, Jillian. The end of the line: Feminist understandings of resistance to full-body scanning technology. **International Feminist Journal of Politics**, v. 15, n. 2, p. 234-253, 2012.

REESE, Hope; COONTZ, Stephanie. # MeToo Is Powerful but Will Fail Unless We Do More. **Where Freedom Starts: Sex Power Violence# MeToo**, p. 18-23, 2018.

RENEGAR, Valerie R.; SOWARDS, Stacey K. Contradiction as agency: Self-determination, transcendence, and counter-imagination in third wave feminism. **Hypatia**, v. 24, n. 2, p. 1-20, 2009.

RETALLACK, Hanna; RINGROSE, Jessica; LAWRENCE, Emilie. "Fuck your body image": Teen girls' Twitter and Instagram feminism in and around school. **Learning bodies: The body in youth and childhood studies**, p. 85-103, 2016.

RICHARDS, Amy. Third Wave Feminism. **The International Encyclopedia of Revolution and Protest**, p. 1-4, 2009.

RITZER, George. Developing insights into contemporary con (pro) sumer culture based on classical ideas in social theory. **Journal of Historical Research in Marketing**, v. 9, n. 1, p. 34-40, 2017.

RITZER, George. **The McDonaldization of society**. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press, 2004.

RITZER, George; JURGENSON, Nathan. Production, consumption, prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. **Journal of consumer culture**, v. 10, n. 1, p. 13-36, 2010.

RITZER, George; MILES, Steven. The changing nature of consumption and the intensification of McDonaldization in the digital age. **Journal of Consumer Culture**, v. 19, n. 1, p. 3-20, 2019.

ROBERTS, John M.; CREMIN, Colin. Prosumer culture and the question of fetishism. **Journal of Consumer Culture**, v. 19, n. 2, p. 213-230, 2019.

RODINO-COLOCINO, Michelle. Me too,# MeToo: Countering cruelty with empathy. **Communication and Critical/Cultural Studies**, v. 15, n. 1, p. 96-100, 2018.

ROELEN, I.; BAECKE, P.; BENOIT, D. F. Identifying influencers in a social network: The value of real referral data. **Decision Support Systems**, v. 91, p. 25-36, 2016.

ROSE, Alexander S. Lessons from# MeToo: a critical reflective comment. **Journal of Marketing Management**, v. 37, n. 3-4, p. 379-381, 2021.

RUBERG, Bonnie. **Video games have always been queer**. NYU Press, 2019.

RUOTSALAINEN, Maria. "Cute Goddess is Actually an Aunty": The Evasive Middle-Aged Woman Streamer and Normative Performances of Femininity in Video Game Streaming. **Television & New Media**, p. 15274764221080962, 2022.

SAENGPRANG, Suriya; GADAVANIJ, Savitri. Cyberbullying: The Case of Public Figures. **LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network**, v. 14, n. 1, p. 344-369, 2021.

SALTER, Anastasia; BLODGETT, Bridget. **Toxic Geek Masculinity in Media: Sexism, Trolling, and Identity Policing**. Cham: Palgrave Macmillan, 2017.

SAREN, Michael; PARSONS, Elizabeth; GOULDING, Christina. Dimensions of marketplace exclusion: representations, resistances and responses. **Consumption Markets & Culture**, v. 22, n. 5-6, p. 475-485, 2019.

SCHOUTEN, John W.; MCALEXANDER, James H. Subcultures of consumption: An ethnography of the new bikers. **Journal of consumer research**, v. 22, n. 1, p. 43-61, 1995.

SCHWALBE, Michael. **Manhood acts: Gender and the practices of domination**. Routledge, 2015.

SCOTT, Rebecca; CAYLA, Julien; COVA, Bernard. Selling pain to the saturated self. **Journal of Consumer Research**, v. 44, n. 1, p. 22-43, 2017.

SEGAL, Lynne. **Slow motion: Changing masculinities, changing men**. Springer, 2006.

SENF, T. M. Microcelebrity and the branded self. **A companion to new media dynamics**, p. 346-354, 2013.

SEREGINA, Anastasia. Undoing gender through performing the other. In: **Gender after gender in consumer culture**. Routledge, p. 148-167, 2020.

SHARLACH, Lisa B. First wave feminism. **The international encyclopedia of revolution and protest**, p. 1-3, 2009.

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, Adrienne. **On not becoming gamers: Moving beyond the constructed audience**. 2013.

SHOKOOH VALLE, Firuzeh. Turning fear into pleasure: feminist resistance against online violence in the Global South. **Feminist Media Studies**, v. 21, n. 4, p. 621-638, 2020.

SILLS, Sophie et al. Rape culture and social media: Young critics and a feminist counterpublic. **Feminist Media Studies**, v. 16, n. 6, p. 935-951, 2016.

SKELTON, Alan. On becoming a male physical education teacher: The informal culture of students and the construction of hegemonic masculinity. **Gender and Education**, v. 5, n. 3, p. 289-303, 1993.

SLATER, Don. Consumer culture and the politics of need. **Buy this book: Studies in advertising and consumption**, p. 51-63, 1997.

SOBANDE, Francesca; FEARFULL, Anne; BROWNLIE, Douglas. Resisting media marginalisation: Black women's digital content and collectivity. **Consumption markets & culture**, v. 23, n. 5, p. 413-428, 2019.

SÖDERGREN, Jonatan. The Viking myth: nostalgia and collective guilt. **Consumption Markets & Culture**, v. 25, n. 5, p. 449-468, 2022.

SOLIS, B. The influencer marketing manifesto: Why the future of influencer marketing starts with people and relationships not popularity. **Report by Altimeter on behalf of TapInfluence**, 2016.

SORJ, Bila et al. Entrevista com Sheila Rowbotham. **Estudos Feministas**, v. 6, n. 2, p. 358-369, 1998.

SOUZA, Natália Maria Félix; RODRIGUES SELIS, Lara Martim. Gender violence and feminist resistance in Latin America. **International Feminist Journal of Politics**, v. 24, n. 1, p. 5-15, 2022.

SOWARDS, Stacey K.; RENEGAR, Valerie R. Reconceptualizing rhetorical activism in contemporary feminist contexts. **The Howard Journal of Communications**, v. 17, n. 1, p. 57-74, 2006.

SPENCER-WOOD, Suzanne M. Second-Wave Feminism. **The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Social Theory**, p. 1-3, 2017.

STAKE, R. E. Pesquisa qualitativa/ naturalista: problemas epistemológicos. **Educação e Seleção**, n. 7, 1983.

STONE, Ellen A.; BROWN, Christia Spears; JEWELL, Jennifer A. The sexualized girl: A within-gender stereotype among elementary school children. **Child development**, v. 86, n. 5, p. 1604-1622, 2015.

STONE, Jeffrey A. Self-identification as a “gamer” among college students: Influencing factors and perceived characteristics. **New media & society**, v. 21, n. 11-12, p. 2607-2627, 2019.

STRAUSS, Sara. Intersectionality and Fourth-Wave Feminism in Bernardine Evaristo's *Girl, Woman, Other*. **Women: a cultural review**, v. 34, n. 1-2, p. 14-32, 2023.

STRATTON, Jon. **The desirable body: Cultural fetishism and the erotics of consumption**. University of Illinois Press, 2001.

STRYKER, Susan. **Transgender History**. Berkeley: Seal Press, 2008.

SUDHA, M .; SHEENA, K. Impacto de influenciadores no processo de decisão do consumidor: a indústria da moda. **SCMS Journal of Indian Management**, v. 14, n. 3, pág. 14-30, 2017.

- SZYMANSKI, D. M.; MOFFITT, L. B.; CARR, E. R. Sexual Objectification of Women: Advances to Theory and Research. **The Counseling Psychologist**, v. 39, n. 1, p. 6–38, 2011.
- TADAJEWSKI, M.; JONES, D. G. B. From goods-dominant logic to service-dominant logic? Service, service capitalism and service socialism. **Marketing Theory**, v. 21, n. 1, p. 113-134, 2021.
- TAMIRISA, Asha. Sonic activism in the integrated circuit. **Feminist Review**, v. 127, n. 1, p. 13-19, 2021.
- THOMAS, Robyn; DAVIES, Annette. What have the feminists done for us? Feminist theory and organizational resistance. **Organization**, v. 12, n. 5, p. 711-740, 2005.
- THOMAS-PARR, Georgia. Anime girls embodied: an introduction to British maid Café cosplay. **Feminist Media Studies**, p. 1-17, 2023.
- THOMPSON, Craig J. The ‘big data’myth and the pitfalls of ‘thick data’opportunism: on the need for a different ontology of markets and consumption. **Journal of Marketing Management**, v. 35, n. 3-4, p. 207-230, 2019.
- THOMPSON, Craig J.; HAYTKO, Diana L. Speaking of fashion: consumers' uses of fashion discourses and the appropriation of countervailing cultural meanings. **Journal of consumer research**, v. 24, n. 1, p. 15-42, 1997.
- THOMPSON, Scott A. Reading the comments: likers, haters, and manipulators at the bottom half of the web. **Consumption Markets & Culture**, v. 18, n. 1, p. 1-24, 2015.
- THORNTON, Margaret. Hegemonic masculinity and the academy. **International Journal of the Sociology of Law**, v. 17, n. 2, p. 115-130, 1989.
- THURNELL-READ, Thomas. ‘It’sa Small Little Pub, but Everybody Knew Everybody’: Pub Culture, Belonging and Social Change. **Sociology**, v. 58, n. 2, p. 420-436, 2024.
- TOFFLER, Alvin. **A terceira onda**. 1. ed. Rio de Janeiro: Record, 1980. 491 p.
- TRACY, Sarah J. **Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact**. John Wiley & Sons, 2019.
- ULVER-SNEISTRUP, Sofia; ASKEGAARD, Søren; KRISTENSEN, Dorthe Brogård. The new work ethics of consumption and the paradox of mundane brand resistance. **Journal of Consumer Culture**, v. 11, n. 2, p. 215-238, 2011.
- UZUNOĞLU, E.; KIP, S. M. Brand communication through digital influencers: Leveraging blogger engagement. **International Journal of Information Management**, v. 34, n. 5, p. 592-602, 2014.
- VALDIVIA, Angharad N. bell hooks: Ethics from the margins. **Qualitative Inquiry**, v. 8, n. 4, p. 429-447, 2002.

VALTONEN, Anu. Height matters: Practicing consumer agency, gender, and body politics. **Consumption Markets & Culture**, v. 16, n. 2, p. 196-221, 2012.

VALTONEN, Anu; NÄRVÄNEN, Elina. Materializing the body: A feminist perspective. In: **The Routledge companion to marketing and feminism**. Routledge, p. 159-170, 2022.

VAN DIJCK, José. **The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media**. Oxford: Oxford University Press, 2013.

VANDERHOEF, John. *Casual threats: The feminization of casual video games*. 2013.

VERMEULEN, Lotte; VAN BAUWEL, Sofie; VAN LOOY, Jan. Tracing female gamer identity. An empirical study into gender and stereotype threat perceptions. **Computers in Human Behavior**, v. 71, p. 90-98, 2017.

VIEITES, Yan; GOLDSZMIDT, Rafael; ANDRADE, Eduardo B. Social class shapes donation allocation preferences. **Journal of Consumer Research**, v. 48, n. 5, p. 775-795, 2022.

VINK, Dominique et al. “Because They Are Women in a Man’s World”: A Critical Discourse Analysis of Incel Violent Extremists and the Stories They Tell. **Terrorism and Political Violence**, p. 1-17, 2023.

VONB, Vitória. **ESL e BLAST anunciam datas de campeonatos para 2025**. *Dust2*, 2024. Disponível em: <https://www.dust2.com.br/noticias/45735/esl-e-blast-anunciam-datas-de-campeonatos-para-2025>. Acesso em: 04 jan. 2025.

VOORVELD, H. AM. Brand communication in social media: A research agenda. **Journal of Advertising**, v. 48, n. 1, p. 14-26, 2019.

WAJCMAN, Judy. Technocapitalism meets technofeminism: women and technology in a wireless world. **Labour & Industry: a journal of the social and economic relations of work**, v. 16, n. 3, p. 7-20, 2006.

WAJCMAN, Judy. **Technofeminism**. Cambridge: Polity. 2004.

WALBY, Sylvia. Theorising patriarchy. **Sociology**, v. 23, n. 2, p. 213-234, 1989.

WALING, Andrea. Problematizing ‘toxic’ and ‘healthy’ masculinity for addressing gender inequalities. **Australian Feminist Studies**, v. 34, n. 101, p. 362-375, 2019.

WEIJO, H.; HIETANEN, J.; MATTILA, P. New insights into online consumption communities and netnography. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 10, p. 2072–2078, 2014.

WEINER-LEVY, Naomi. Patriarchs or feminists? Relations between fathers and trailblazing daughters in Druze society. **Journal of Family Communication**, v. 11, n. 2, p. 126-147, 2011.

WEIZENMANN, Mateus. **Foucault: Sujeito, Poder e Saber: Foucault, Sujeito, Poder, Saber**. NEPFIL online, 2014.

WESTON, Kath. Do clothes make the woman?: Gender, performance theory, and lesbian eroticism. **Genders**, n. 17, p. 1-21, 1993.

WHITEHOUSE, Sophie. "Taking a chance on a record": lost vinyl consumption practices in the age of music streaming. **Consumption Markets & Culture**, v. 26, n. 1, p. 64-80, 2022.

WILDING, Faith; CRITICAL ART ENSEMBLE. Notes on the political condition of cyberfeminism. **Art Journal**, v. 57, n. 2, p. 47-60, 1998.

WILDING, Faith; CYBERFEMINIST INTERNATIONAL. **Where is feminism in cyberfeminism?**. na, 1998.

WILLIS, Paul E. et al. **Common culture**. Milton Keynes: Open University Press, 1990.

WILSON, Matthew W. Cyborg geographies: Towards hybrid epistemologies. **Gender, Place and Culture**, v. 16, n. 5, p. 499-516, 2009.

WITKOWSKI, Emma. Doing/undoing gender with the girl gamer in high-performance play. In: **Feminism in play**. Palgrave Macmillan, Cham, p. 185-203, 2018.

WOLF, Marco; MCQUITTY, Shaun. Circumventing traditional markets: An empirical study of the marketplace motivations and outcomes of consumers' do-it-yourself behaviors. **Journal of Marketing theory and practice**, v. 21, n. 2, p. 195-210, 2013.

YANG, Xiaofei; HU, Ning. # girls help girls#: feminist discussions and affective heterotopia in patriarchal China. **Feminist Media Studies**, v. 24, n. 6, p. 1298-1313, 2024.

YEOMAN, Ian; MCMAHON-BEATTIE, Una. Trends: cyborg games. **Journal of Tourism Futures**, v. 1, n. 1, p. 74-77, 2015.

ZAJC, Melita. Social media, prosumption, and dispositives: New mechanisms of the construction of subjectivity. **Journal of Consumer Culture**, v. 15, n. 1, p. 28-47, 2015.

ZANETTE, Maria Carolina; PEREIRA ZAMITH BRITO, Eliane. Fashionable subjects and complicity resistance: power, subjectification, and bounded resistance in the context of plus-size consumers. **Consumption Markets & Culture**, v. 22, n. 4, p. 363-382, 2018.

ZHANG, Lin. Fashioning the feminine self in "prosumer capitalism": Women's work and the transnational reselling of Western luxury online. **Journal of Consumer Culture**, v. 17, n. 2, p. 184-204, 2017.

ZWICK, Detlev; BONSU, Samuel K.; DARMODY, Aron. Putting Consumers to Work: Co-creation and new marketing govern-mentality. **Journal of consumer culture**, v. 8, n. 2, p. 163-196, 2008.