

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

AMANDA THUNS BIAZZI

**A MONETIZAÇÃO DE SI NO *LIVE STREAMING*: TRABALHO, SAÚDE E
SUBJETIVIDADE DE *STREAMERS* BRASILEIROS**

Maringá

2025

AMANDA THUNS BIAZZI

**A MONETIZAÇÃO DE SI NO *LIVE STREAMING*: TRABALHO, SAÚDE E
SUBJETIVIDADE DE *STREAMERS* BRASILEIROS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Estadual de Maringá, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Psicologia. Área de concentração: Constituição do Sujeito e Historicidade

Orientador: Prof. Dr. Matheus Viana Braz

Maringá

2025

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
(Biblioteca Central - UEM, Maringá - PR, Brasil)

B579m Biazzi, Amanda Thuns
 A monetização de si no live streaming : trabalho, saúde e subjetividade de streamers
brasileiros / Amanda Thuns Biazzi. -- Maringá, PR, 2025.
 165 f. : il. color., tabs.

 Orientador: Prof. Dr. Matheus Viana Braz.
 Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Maringá, Centro de Ciências
Humanas, Letras e Artes, Departamento de Psicologia, Programa de Pós-Graduação em
Psicologia, 2025.

 1. Produtores de conteúdo (Streamers). 2. Sociologia clínica. 3. Psicossociologia
clínica. 4. Monetização. I. Braz, Matheus Viana, orient. II. Universidade Estadual de
Maringá. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Departamento de Psicologia.
Programa de Pós-Graduação em Psicologia. III. Título.

CDD 23.ed. 155.92



Universidade Estadual de Maringá
Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes
Programa de Pós-Graduação em Psicologia

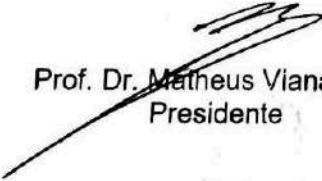


Amanda Thuns Biazzi


***A monetização de si no live streaming: trabalho, saúde e
subjetividade de streamers brasileiros***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Estadual de Maringá, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Psicologia.

COMISSÃO JULGADORA


Prof. Dr. Matheus Viana Braz
Presidente


Prof. Dr. Guilherme Elias da Silva
Examinador


Prof. Dr. Thiago Pereira Falcão
Examinador-Parecerista

Aprovado em: 26/02/2025
Defesa realizada: Bloco 118 - Sala de Vídeo

AGRADECIMENTOS

Ao meu companheiro, Kleber Kurowsky, pela leitura cuidadosa de tudo que aqui está escrito, por me apoiar incondicionalmente e me incentivar a continuar rolando os dados. You have a vast, vast soul and I will always, always, always come back to it.

Ao meu orientador, Matheus Viana Braz, por todo o acolhimento, incentivo, orientação e formação propiciada, e por ser o modelo de profissional que eu quero seguir. Obrigada por acreditar em mim e no meu trabalho.

Aos meus pais, Adriani Thuns e Ronivon Biazzi, e à minha irmã, Maria Eduarda Thuns Biazzi, que me incentivaram a sempre ir em frente, mesmo com as dores da distância. Amo vocês.

Aos meus amigos, Juan Simioni Cordeiro e Carolina Freitas Scherer, por me permitirem estar em constante treinamento com a melhor e única equipe de Fortnite & Board Games do sul global. Furioses sempre vitoriosos!

Ao meu amigo e colega de profissão, Willian Davi Buchholz, por me apresentar aos MMORPGs e à Psicologia. Essa pesquisa não existiria sem sua influência.

Aos colegas de linha, Caroline de Cuffa, Dante Luis Tonezer e Karla Oliveira Kian, por me receberem com tanto carinho em Maringá e tornarem a caminhada menos solitária.

Aos colegas do Laboratório de Trabalho, Saúde e Processos de Subjetivação (LaTRaPS) e do Centro de Estudos Subjetividade, Saúde e Trabalho (CESST), por participarem da construção desta pesquisa desde o projeto e me ensinarem tanto sobre trabalho.

Ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Estadual de Maringá, pelos ensinamentos propiciados e por possibilitar que esta pesquisa acontecesse.

À Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pelo apoio

financeiro concedido.

Aos autores das histórias aqui contadas. Que honra ouvir seus relatos. Espero ser justa com a confiança que depositaram em mim.

RESUMO

O *live streaming* é uma atividade desempenhada por usuários em plataformas de mídia, que se caracteriza pela transmissão ao vivo de conteúdo, com interação simultânea com a audiência. Esta atividade, ao mesmo tempo em que se localiza como uma forma de lazer, socialização e parte de uma cultura participativa, demanda organização de trabalho, planejamento, dedicação constante e investimento de capitais do *streamer*. Assim, socialização e monetização, prazer e trabalho, usuário e trabalhador são categorias que se misturam e se confundem. Considerando estes aspectos, esta pesquisa se propõe a compreender a organização do trabalho de *streamers* brasileiros, bem como os desdobramentos subjetivos da monetização do lazer e das relações sociais para estes trabalhadores. Para isto, este trabalho apresenta uma contextualização social, econômica e cultural da atividade, bem como uma discussão teórica acerca de suas características. Operacionalizamos a problemática proposta a partir de uma pesquisa de campo, que se deu através de uma etnografia digital nas plataformas de *live streaming* ativas no Brasil e por meio de entrevistas com sete *streamers* brasileiros, utilizando do método da história de vida laboral. Com base na Psicossociologia e Sociologia Clínica, assim como em autores dos Estudos de Plataformas, Sociologia do Trabalho, Comunicação e Estudos Culturais, realizamos análise e discussão dos dados encontrados. Tal discussão foi organizada em quatro núcleos de sentido, que perpassam a organização e reconhecimento do trabalho, o sentido da função para os *streamers*, a racionalidade neoliberal implicada na atividade e, por fim, o trabalho afetivo e a monetização das relações sociais no *live streaming*. Ser *streamer* é fator gerador de sentido, reconhecimento e pertencimento para os trabalhadores, que relatam sentir prazer realizando a atividade. Porém, por estes motivos e pela baixa remuneração obtida, não reconhecem a atividade enquanto um trabalho, e relegam a falta de sucesso ao nível individual, o que gera sofrimento. Personalidade, socialização e lazer são vistos como passíveis de investimento e capitalização, implicando um processo de monetização de si no *live streaming*.

Palavras-chave: *Live streaming*. Produtores de conteúdo. Trabalho plataformizado. Monetização. Psicossociologia e Sociologia Clínica.

ABSTRACT

Live streaming is an activity developed by media platform users, which defines itself by the live transmission of content, with simultaneous interaction with the audience. This activity, at the same time in which it can be seen as a form of leisure, social interaction and part of a participative culture, demands organization of labor, planning, constant dedication and investment of the streamer's capital. And so, socialization and monetization, leisure and labor, users and workers are categories that blend themselves. Considering these aspects, this research has the intent of trying to understand the labor organization of Brazilian streamers, as well as the subjective developments of the monetization of leisure and the social relations of these workers. To that end, this research presents a social, economical and cultural contextualization of the activity, as well as a theoretical discussion of its characteristics. We operationalize the proposed problem in a field research, which was conducted through a digital ethnography in the active digital live streaming platforms in Brazil and through interviews with seven Brazilian streamers, using the labor life history method. With basis on the Clinical Psychology and Sociology, as well as Platform Studies, Sociology of Labor, Communication and Cultural Studies authors, we aim to analyze and discuss the data found. This discussion was organized in four cores of meaning, which cross the organization and recognition of labor, the meaning of the occupation for the streamers, the neoliberal rationality in the activity and, in the end, the affective labor and the monetization of social relations in live streaming. Being a streamer produces meaning recognition and belonging to the streamers, which relates to feeling pleasure performing the activity. However, for these same reasons and for the low remuneration obtained, they do not recognize the activity as labor, and relegate the lack of success to the individual level, which generates suffering. Personality, socialization and leisure are seen as subject to investment and capitalization, implying a process of monetization of the individual himself in the live streaming.

Keywords: Live streaming. Content creators, Platformed labor. Monetization, Clinical Psychology and Sociology.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

IMAGENS

Imagem 1 – <i>Live streaming</i> na Twitch	28
Imagem 2 – Linha do tempo das plataformas de <i>live streaming</i>	30
Imagem 3 – <i>Live streaming</i> no Youtube	31
Imagem 4 – <i>Live streaming</i> no Facebook Gaming	31
Imagem 5 – <i>Live streaming</i> na plataforma TikTok	32
Imagem 6 – <i>Live streaming</i> na plataforma Kick	33
Imagem 7 – Resultado patrocinado da pesquisa “Kick Streaming” no Google	34
Imagem 8 – Página inicial da plataforma Twitch no dia 22 de maio de 2024	35
Imagem 9 – Aba “Procurar” da plataforma Kick no dia 22 de maio de 2024	36
Imagem 10 – Canal na Twitch	37
Imagem 11 – Chat na Twitch	38
Imagem 12 – Ícone de moderador de chat na Twitch	38
Imagem 13 – Mensagem de aviso do comercial na Twitch	39
Imagem 14 – Benefícios de assinatura de um canal Facebook	40
Imagem 15 – Benefícios da assinatura de um canal no Youtube	40
Imagem 16 – Formas de contribuição financeira ofertadas ao espectador no Youtube	41
Imagem 17 – Usos dos “bits” em uma <i>stream</i> na Twitch	42
Imagem 18 – Recompensas criadas por <i>streamer</i> na Twitch para as recompensas via pix	42
Imagem 19 – Média de espectadores diários na Twitch nos últimos cinco anos	44
Imagem 20 – Painel de controle do criador de conteúdo na Twitch (I)	116
Imagem 21 – Painel de controle do criador de conteúdo na Twitch (II)	122
Imagem 22 – Missão da empresa Twitch	135

LISTA DE TABELAS

TABELAS

Tabela 1 – Critérios mínimos de monetização nas plataformas de <i>live streaming</i>	43
Tabela 2 – Dados socioprofissionais dos participantes da pesquisa	90
Tabela 3 – Núcleos de sentido e elementos de análise	96

GRÁFICOS

Gráfico 1 – Porcentagem de <i>streamers</i> monetizados/não monetizados	47
-------------------------------------------------------------------------	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO 1 – <i>LIVE STREAMING</i>: SURGIMENTO E PANORAMA ATUAL	16
1.1 Situando <i>live streaming</i>: precursores e contexto cultural	16
1.1.1 <i>Televisão</i>	16
1.1.2 <i>Culturas digitais</i>	17
1.1.3 <i>Cultura gamer</i>	20
1.1.3.1 Fliperamas e locadoras	22
1.1.3.2 <i>Lan houses</i> e jogos <i>multiplayer</i>	23
1.1.3.2 <i>Esports</i> , jogos <i>mobile</i> e <i>live streaming</i>	24
1.2 Contexto atual do <i>live streaming</i>: inovação, plataformas, elementos das lives e o estouro da bolha <i>gamer</i>	26
1.2.1 <i>Plataformas</i>	28
1.2.2 <i>Elementos das lives</i>	34
1.2.2.1 Página inicial	34
1.2.2.2 Procurar	35
1.2.2.3 O canal	36
1.2.2.4 O chat	37
1.2.2.5 Elementos de monetização	39
1.2.3 <i>Popularização no cenário nacional</i>	44
1.3 Panorama atual de pesquisas sobre o <i>streaming</i>	47
1.3.1 <i>Cenário internacional</i>	47
1.3.2 <i>Cenário nacional</i>	52
CAPÍTULO 2 – TRABALHO, VISIBILIDADE E MONETIZAÇÃO NAS PLATAFORMAS DE MÍDIA SOCIAL	58
2.1 Trabalho na contemporaneidade	58
2.2 Plataformização do trabalho	63
2.3 Plataformas de mídia social, o trabalho do consumidor e a produção de conteúdo	67
2.4 A monetização de si	72

CAPÍTULO 3 – PERCURSO TEÓRICO METODOLÓGICO	80
3.1 Psicossociologia e a Sociologia Clínica	80
3.2 Etnografia digital	83
3.3 História de vida laboral	84
3.4 Participantes da pesquisa	87
3.5 Análise de implicação e análise de dados	91
CAPÍTULO 4 – ANÁLISE E DISCUSSÃO	98
4.1 “Não é trabalho, mas vivo como se fosse”: concepções de trabalho, trajetórias socioprofissionais e a organização do trabalho do <i>streamer</i>	99
4.2 “Para o menor dos mundos, você tem relevância”: reconhecimento, pertencimento e sentidos na atividade de <i>live streaming</i>	108
4.3 “Preciso dar o <i>all in</i>”: gestão, esperança e saúde no <i>live streaming</i>	117
4.4 “Você tá consumindo um <i>streamer</i>”: vínculo, trabalho emocional e monetização de si	133
CONSIDERAÇÕES FINAIS	143
REFERÊNCIAS	147
ANEXO A - GLOSSÁRIO	158
ANEXO B – ROTEIRO DE ENTREVISTA	160

1 INTRODUÇÃO

“Eu sei que isso é muito desafiador para os criadores, porque você precisa bancar sua vida e isso requer consistência no pagamento. Agora, o problema que você está enfrentando, na verdade, não é exclusivo das lives. [...] Com a Twitch não é diferente de outros empreendimentos criativos. Mas com outros empreendimentos criativos, você não está em apenas uma plataforma, mas você está trabalhando em todos os tipos de lugares. [...] Com a Twitch apenas aconteceu que nós somos o canal pelo qual você consegue fazer dinheiro, então é fácil dizer: o que a Twitch pode fazer sobre isso? No geral, nós amaríamos ter o dinheiro entrando estavelmente para nós também [...], mas nós temos que aprender a lidar com o nosso negócio durante o ano inteiro, mesmo que a renda flutue. Então... eu sei que isso não resolve o problema, mas o único jeito que nós poderíamos resolver seria se tirássemos o controle da mão de vocês. [...] Eu pagaria menos durante os meses bons para compensar os meses ruins. Mas isso é bom para vocês, vocês controlam seu dinheiro e o gastam de acordo, e planejam a vida de vocês por conta. Nós não deveríamos fazer isso, certo? Entrar no meio de como vocês se resolvem com o dinheiro. Não faz sentido. Infelizmente, isso faz parte do estilo de vida de um criador, e não é exclusivo do *live streaming*. Sabe, não é diferente do que se você escolhesse ser um músico, ator ou escultor. [...] A realidade é que você escolheu uma carreira pela qual você é apaixonado, e que tem seus altos e baixos. Você escolheu não trabalhar em um Starbucks, onde você tem todo mês o que quer que seja, e que não será menos que o estabelecido, mas também não será mais que aquilo. Mas você escolheu uma carreira que, se você tiver sucesso, você terá muito mais do que aquilo. Uma das coisas boas da Twitch é que, no geral, as comunidades são muito leais e consistentes. [...] Os criadores aparecem, continuam criando e as comunidades continuam apoiando. Então a Twitch dá pra vocês mais consistência que outras plataformas de expressão criativa”

A atividade de *live streaming** - que pode ser definida como a transmissão de vídeo ao vivo por um usuário em plataforma especializada - surgiu em 2007, com o site Justin.tv, mas seu crescimento se deu no meio dos jogos eletrônicos, com a criação em 2011 da plataforma Twitch, dedicada à transmissão ao vivo de conteúdo sobre *games**. Hoje, há uma miríade de plataformas na qual o *live streaming* pode ser realizado por usuários, e a atividade se expandiu para além da bolha *gamer**, sendo incorporada em outras formas de mídias sociais.

O excerto destacado acima é parte de uma entrevista concedida pelo CEO da Twitch - empresa-plataforma pioneira e líder de mercado na atividade de *live streaming* -, Dan Clancy, a três streamers brasileiros: Felipe Hayashi (“Hayashii”), Gabriel Montresor (“Mount”) e

Paula Nunes (“Choke7”). A entrevista foi realizada via *live streaming* no dia 15 de fevereiro de 2024, sendo transmitida por todos os participantes em seus respectivos canais, com diferentes *chats* opinando e interagindo, e cada *streamer* reagindo e comentando sobre a entrevista enquanto estava com o microfone desligado na chamada principal. No momento destacado no excerto acima, Mount questiona Clancy acerca da situação de instabilidade do produtor de conteúdo que vive da renda obtida na plataforma, e que, além de ter de lidar com rendimentos muito variáveis de mês a mês, corre o risco de sofrer suspensões na conta sem aviso prévio, ficando desamparado. A resposta de Clancy - que, ironicamente, demorou a ser dada pois ele não conseguia arrumar sua *webcam* - foi marcante, não apenas no momento da *live* com um *chat* agitado frente à polêmica, ou para as matérias feitas depois (SBT Games, 2024), mas também para os participantes desta pesquisa, que com frustração a relataram: você escolheu trabalhar aqui e não em um Starbucks. Ou seja, se quer direitos trabalhistas, que procure um trabalho tradicional, famosamente mal remunerado. Além do impacto desta fala para aqueles que nos narraram suas histórias - o que será discutido em nossa análise, no Capítulo 4 -, o posicionamento do CEO da Twitch frente a questões que acenam para o caráter trabalhista da relação entre *streamer* e plataforma nos permite traçar uma introdução da problemática a ser discutida nesta pesquisa: as condições e características do trabalho do *streamer*.

Os pontos trazidos por Clancy podem ser sintetizados em: a) o *streamer* não é trabalhador e a Twitch não é empregadora, logo, a segunda não tem responsabilidade pelo primeiro; b) demandar direitos seria aceitar a perda da almejada liberdade que supostamente acompanha trabalhos criativos e/ou plataformizados; c) *streamers* escolheram trabalhar com o que amam, e esta relação afetiva deveria compensar a instabilidade da atividade; d) o sucesso financeiro e profissional do *streamer* depende da boa gestão que este faz de si mesmo e e) a remuneração depende da vinculação com a comunidade construída pelo *streamer*. Assim, a atividade se constitui em um ponto muito particular: o encontro entre a paixão, o prazer, a socialização, o sonho de viver de um lazer - fazer o que ama -, e a precarização - instabilidade na remuneração, autogestão, falta de reconhecimento enquanto trabalho e a consequente falta de direitos e garantias. Considerando estas características da atividade demarcadas por Clancy, alguns questionamentos podem ser levantados. Em que situação se encontra o *streamer* frente a empresa? Como se organiza seu trabalho? De que maneira esta vinculação entre afeto, socialização e remuneração impacta em seus processos de subjetivação? Qual o sentido deste trabalho para quem o desempenha? Quais as formas de prazer, reconhecimento e sofrimento que ser *streamer* gera ao trabalhador?

Além disso, tal atividade se insere em um processo de plataformização das atividades humanas, o qual é recente e cresce em ritmo vertiginoso, constituindo rapidamente formas outras de se relacionar, se expressar, obter remuneração e, possivelmente, de construir sentidos subjetivos. O trabalho com produção de conteúdo tem sido tomado como uma via de “trabalhar com o que se ama” (Duffy, 2017) por um número crescente de pessoas em nossa sociedade, sendo vista por brasileiros enquanto possibilidade de encontrar satisfação profissional, pessoal e econômica (Karhawi, 2020) em um contexto de precarização do trabalho, redução de direitos trabalhistas e pejotização (Antunes, 2018). Apesar da melhora das condições físicas do trabalho quando pensamos em uma atividade como o *live streaming*, a implicação psíquica do sujeito no trabalho e a ênfase na autogestão e autorresponsabilização levantam alertas acerca de suas possíveis consequências subjetivas para o sujeito. A atividade de criação e streaming de conteúdo é visada pela maior parte dos brasileiros que jogam - cerca de 68% - como um campo de carreira promissor (Pesquisa Gamer Brasil, 2023). Apenas na Twitch existem 8 milhões de streamers ativos mundialmente, sendo o Brasil o segundo maior produtor e consumidor de conteúdo, perdendo apenas para os Estados Unidos (Twitchtracker, 2023).

Esse novo âmbito sociocultural é dominado pelas maiores empresas do mundo, outorgando a estas um poder de elaborar racionalidades sobre a cultura e expressividade que se dão dentro de suas plataformas. Se o domínio técnico-cultural está totalmente na mão de uma empresa, qual a possibilidade de confrontação que o produtor de conteúdo tem dentro desta? Apesar disso, cabe lembrar que as plataformas são criadas, mantidas e transformadas por pessoas, sendo então, uma produção humana; e onde há produção humana, há subjetividade. Desta forma, buscamos, com esta pesquisa, compreender as condições e organização do trabalho de streamers no Brasil, bem como os desdobramentos do processo de monetização de uma forma de lazer e socialização sobre a saúde desses trabalhadores. Mais especificamente, visamos analisar as fontes de prazer, sofrimento e reconhecimento do trabalho de streamers; investigar as perspectivas atuais e futuras dos streamers quanto a sua atividade; e problematizar os impactos da plataformização e da monetização de si nas dinâmicas de sociabilidade do trabalho e na saúde desses sujeitos.

Ao construirmos caminhos por essas contradições utilizando da Psicossociologia e Sociologia Clínica e com base em relatos de vida de *streamers*, buscamos avançar em uma orientação crítica ao considerar a inseparabilidade entre as ações de indivíduos e as dinâmicas sociais, um âmbito constituindo o outro mutuamente. É no espaço de tensão entre o individual e o social que se encontra o sujeito que esta pesquisa propõe sua investigação.

Escolhendo investigar este processo na atividade de *live streaming* de jogos eletrônicos, podemos ter uma compreensão aprofundada do trabalho digital no capitalismo de plataformas, considerando que as bases do *streaming* são a mídiatização de si, a monetização direta das relações e o apagamento absoluto da linha entre trabalho e lazer (Woodcock e Johnson, 2019). Considerando o caráter constitutivo das relações sociais e laborais para a subjetividade e noção de identidade do indivíduo (Gaulejac, 2007; Dejours, 1995; 2008), é urgente um olhar crítico da Psicologia para os desdobramentos subjetivos da monetização das relações plataformizadas. Tendo isto em vista, esta pesquisa pretende contribuir para a construção de conhecimento acerca do funcionamento de novos arranjos sociais e de trabalho, propiciando base para futuras pesquisas e intervenções psicológicas com participantes e produtores desta nova modalidade de socialização, entretenimento e trabalho.

Organizamos esta pesquisa em quatro capítulos. No primeiro capítulo, demarcamos uma definição da atividade, apontando características, plataformas na qual ocorre e as estruturas de monetização estabelecidas nas principais empresas do mercado brasileiro. Buscamos oferecer uma compreensão aprofundada do *live streaming* e de seu contexto atual; para isso, iniciamos com uma análise dos precursores dessa prática, tanto no campo midiático, quanto sócio-cultural. Em seguida, discutimos as principais características do *live streaming*, os elementos principais que o compõem, as plataformas que o viabilizaram e o processo de sua popularização no Brasil. Por fim, apresentamos um panorama das produções acadêmicas existentes sobre o tema, tanto no âmbito nacional quanto internacional, para situar o debate científico a respeito do *live streaming*, observando o que foi abordado e no que esta pesquisa contribui para a continuidade da discussão acerca do trabalho de *streamers*.

A base teórica para a pesquisa de campo é estabelecida no segundo capítulo, abordando as transformações nas atividades laborais, nas concepções de sujeito e suas implicações para os indivíduos inseridos nesse contexto dinâmico. Trazemos conceitos fundamentais para nossa compreensão do trabalho na contemporaneidade, mas também para refletir sobre os processos de subjetivação e de transformações sociais que dão base para a existência da atividade de *live streaming*, como a mudança no regime de visibilidade (Bruno, 2013), o surgimento de uma cultura participativa (Shirky, 2010), o trabalho do consumidor (Dujarier, 2015) e o trabalho aspiracional (Duffy, 2017) e de esperança (Kuehn e Corrigan, 2013). Ao examinar as dinâmicas subjetivas e coletivas que permeavam o trabalho contemporâneo, a análise proposta procurou fornecer os subsídios necessários para investigar, no campo, de que maneira os *streamers* vivenciavam, participavam e respondiam às novas configurações que estavam sendo estabelecidas.

O terceiro capítulo trata do percurso teórico-metodológico realizado nesta pesquisa. Neste, apresentamos a perspectiva que orienta esta investigação, a Psicossociologia e Sociologia Clínica. Discutimos nele as visões de sujeito e sociedade da qual partimos, assim como as etapas para a realização da pesquisa de campo: a etnografia digital e as entrevistas com sete *streamers* brasileiros ativos. As entrevistas foram realizadas utilizando da metodologia de história de vida laboral, a qual exploramos melhor no decorrer do capítulo. Realizamos uma apresentação breve dos participantes, situando seu contexto socioprofissional. Ainda, neste capítulo, consideramos a questão da implicação da pesquisadora no processo de pesquisa, e discorremos uma análise sobre. Por fim, apresentamos um quadro com os núcleos de sentido desenvolvidos na análise, sinalizando os tópicos a serem abordados em cada um deles.

No quarto capítulo desenvolvemos a análise resultante do trabalho de campo realizado, articulando o quadro teórico apresentado e as histórias de vida narradas pelos *streamers* participantes da pesquisa, assim como percepções a partir da etnografia digital. Tais discussões foram organizadas em quatro núcleos: no primeiro, será discutido a compreensão dos *streamers* sobre seu trabalho, como este se situa em suas trajetórias e como se organiza; no segundo, será abordada a questão do sentido do trabalho de *streaming* para os participantes, e como este está vinculado à fatores constituintes de identidade e pertencimento social; no terceiro, abordaremos a problemática da racionalidade neoliberal que emerge na fala dos participantes, e possíveis fatores de impacto à saúde vinculados à atividade; por fim, discutiremos os desdobramentos subjetivos da monetização do lazer e da socialização sobre aqueles que se engajam nela, refletindo sobre o tipo de trabalho demandado do *streamer*.

Vide o caráter globalizado da atividade e a dominação do Norte Global sobre sua realização, uma série de anglicismos são utilizados e naturalizados, inclusive ao analisarmos o contexto brasileiro. Muitos destes termos não têm tradução direta - como o próprio nome *live streaming* - ou, mesmo que tenham, não são usualmente traduzidos - como *live*, por exemplo. Também existem os termos apropriados e adaptados ao nosso idioma, como *streamar**. Estes termos estão interiorizados e constituem o vocabulário daqueles que trabalham com ou consomem o *live streaming*. Considerando estes aspectos de forma a não deturpar a linguagem utilizada no meio, mas de também situar o leitor neste universo, optamos por elaborar um glossário explicando os termos em inglês e os traduzindo. Estes estarão em itálico no decorrer do texto, e sua presença no glossário será marcada por um asterisco (*). O glossário pode ser encontrado no Anexo A deste trabalho.

CAPÍTULO 1 – *LIVE STREAMING*: SURGIMENTO E PANORAMA ATUAL

Para compreender melhor a atividade de *live streaming* e sua atual conjuntura, faremos, neste capítulo, uma contextualização: exploraremos, primeiro, os precursores do *live streaming*, tanto no âmbito midiático quanto no cultural, situando-o historicamente; depois, abordaremos características da atividade, as plataformas na qual ela se dá e a popularização do *streaming* no cenário nacional; por último, nos situaremos no contexto acadêmico, revisando as produções científicas já realizadas no contexto nacional e internacional acerca do *live streaming*.

1.1 Situando o *live streaming*: precursores e contexto cultural

Falar de *live streaming* implica contextualizar historicamente a atividade em três âmbitos: no das mídias audiovisuais; no das culturas digitais; e na cultura *gamer*. Essa divisão, ainda que de cunho didático, intenciona compreender o *live streaming* não como algo solto ou único, mas como parte de processos culturais e midiáticos em andamento. Ainda que a atividade tenha sido, de fato, uma novidade que transformou muito das mídias tradicionais e de nossa relação com o entretenimento audiovisual (Taylor, 2018), ela se situa em um ponto específico de nossa história; buscamos aqui, ainda que de forma breve, localizá-la.

1.1.1 Televisão

Taylor (2018) percebe o *live streaming* enquanto resultado - e parte componente - da trajetória histórica televisiva. Além da continuidade evidente de ser um modo de entretenimento e produção televisual, que implica conteúdo de imagem transmitido para uma audiência, há também a figura da celebridade, aqui representada pelo *streamer* (Brown e Moberly, 2020). Além disso, Taylor (2018) cita pontos da televisão que podem ter criado o espaço para a inserção do *streaming* enquanto entretenimento audiovisual: a participação da audiência em programas ao vivo; a influência dos espectadores no rumo dos programas transmitidos na TV, com a participação remota; e, principalmente, os *realities*. O crescimento dos programas de *reality* a partir dos anos 2000 alimenta a cultura de *streaming* e de conteúdo gerado por usuário, e vice-versa, fortalecendo a ideia de conteúdo “autêntico”, “espontâneo”, e de pessoas “de verdade”; nos vinculamos como um estranho como se o conhecêssemos, fenômeno frequentemente chamado de relacionamento parassocial (Brown e Moberly, 2020)

ou de intimidade parassocial (Woodcock e Johnson, 2019). Brown e Moberly (2020), além da aproximação do *streamer* com o participante de *reality TV*, adicionam também a figura do atleta na televisão - a forma com a qual acompanhamos suas aparições, torcemos por ele, conhecemos sua trajetória - como parte da composição do imaginário de celebridade que persiste nos *streamers*.

Ademais, na última década, as formas tradicionais de mídias audiovisuais, como a televisão e o cinema, transitaram parte de seu conteúdo para o campo da internet utilizando das plataformas de *streaming* de conteúdos. O *boom* de tais serviços demarca que a ascensão do *streaming* audiovisual não é derivada exclusivamente das novas formas de mídia típicas da internet, mas sim de uma mudança de paradigma mais ampla, que promove uma fusão dos meios de cultura com as tecnologias digitais (E. Alves, 2019). O que entendemos por “televisão”, uma forma de mídia tradicional e presente na maioria dos lares brasileiros, passa a ter um significado mais vago, imaginário, e a se entrelaçar com outras formas de mídias audiovisuais, como aquelas produzidas por usuários em plataformas.

1.1.2 Culturas digitais

Este ponto nos leva ao nosso segundo tópico: as culturas digitais. O *live streaming* de jogos, além de se encaixar na história do entretenimento televisivo, também resulta de uma cultura de compartilhamento presente na internet, uma cultura de participação (Shirky, 2010; Jenkins, Green e Ford, 2014). Taylor (2018) cita como precursora importante a *cam culture*, ou, em tradução livre, cultura de *webcam*, a qual teve seu auge nos Estados Unidos e nos países europeus dos meados dos anos noventa até a primeira década dos anos 2000. Para a autora (2018, p. 30), foi através do uso dos bate-papos online que os usuários de internet aprenderam a se conectar e a criar espaços compartilhados mediados por câmeras; “este senso de presença na distância, de que você está de alguma forma junto via vídeo, é um poderoso gancho em nossas experiências compartilhadas em rede”¹. Com o barateamento e popularização das webcams, a ideia de telepresença se difundiu, se tornando uma forma de conexão, publicização do cotidiano e mundano, mas também de performance, o que influenciou no nascimento do *live streaming* (Taylor, 2018).

No Brasil, houve, no início dos anos 2000, um frenesi ao redor das salas de bate-papo *online*. Para Pereira (2004, p. 36), estas eram um espaço de expressão e conexão democrática,

¹ Texto original: “this sense of presence at a distance, that you are somehow together with others via video, is a powerful hook in our shared network experiences”

que permitiam aproximar pessoas via ambiente virtual e também quebrar a passividade imposta pela “janela de vidro” de mídias como a televisão. Porém, o acesso aos *videochats* era bastante elitizado no Brasil, considerando o preço dos dispositivos necessários - computador, webcam, microfone -; também o alto custo e difícil acesso à internet banda-larga dificultavam que a maior parte da população acessasse tal forma de comunicação. Em termos de comparação, em matéria entusiástica na revista *Superinteressante* sobre as possibilidades comunicacionais dos *videochats*, é mencionado o valor de 250 reais para uma webcam (Marquezi, 2000), o que equivalia a 165,56% do salário mínimo daquele ano (DIEESE, 2024). Além disso, a difusão da internet banda larga no Brasil nos ambientes domésticos se deu majoritariamente após o ano de 2010, com a implantação do Plano Nacional de Banda Larga pelo governo brasileiro, que objetivava massificar o acesso à internet de qualidade para a população (Bolaño e Reis, 2015); desta forma, o processo de apropriação da cultura digital no país é feito sem câmera e nas *lan houses*, estabelecimentos comerciais centrais no fenômeno nacional de popularização das culturas digitais, as quais abordaremos com maior profundidade mais adiante.

Dentro da popularização do uso de *webcams*, ocorreu também sua utilização para fins financeiros pelas chamadas *CamGirls*. Estas são mulheres que realizam transmissões de vídeo, normalmente de cunho sexual, intermediadas pela remuneração financeira. Seu trabalho abrange desde uma conversa casual até a simulação sexual, atendendo aos pedidos do espectador que a remunera (Barbosa, 2017). É uma atividade comum até hoje em sites brasileiros específicos para tal tipo de conteúdo ou para conteúdos sexuais/pornográficos no geral (Barbosa, 2017; Caminhas, 2024). Taylor (2018) traz características do trabalho das *CamGirls* e enfatiza a proximidade e provável influência destas no *live streaming*. Para a autora, a compreensão da importância da conectividade, da responsividade e da natureza afetiva do trabalho de transmissão de vídeo são elementos chaves do trabalho das *CamGirls* que se manifestam também no *live streaming* de jogos. Ademais, Barbosa (2017) salienta a característica neoliberal do trabalho das *CamGirls*, que ocorre em uma lógica de empreendedorismo de si e autoemprego, marcas estas que perpassam também o trabalho de *streamers*.

Mas um dos pontos de maior influência das culturas digitais no surgimento do *live streaming* é a criação e o crescimento das plataformas dedicadas a conteúdo gerado por usuário. Tal fenômeno é parte do que foi denominado por Jenkins, Green e Ford (2014, p. 24) como cultura participativa, definido pelos autores como “grupos que funcionam na produção e na distribuição de mídia para atender a seus interesses coletivos”. Shirky (2010) desenvolve

a mesma ideia, afirmando que a internet propicia um círculo colaborativo, na qual os usuários se engajam para a manutenção de uma cultura em comum; ação esta que tem valor cívico, mas também mercadológico.

Inicialmente, havia-se a ideia da internet como um espaço utópico, colaborativo e democrático, no qual pessoas de várias partes do mundo se juntavam para construir um acervo informacional, com infinitas possibilidades de criação e conexão (Lévy, 1999). Apesar da utopia de participação ser tentadora, a monopolização dos meios e técnicas outorga a quem os possui um poder de controle monumental sobre aqueles que os usam. Essa assimetria se expressa ao máximo nas relações de trabalho que se dão nas plataformas. Conforme plataformas de Conteúdo Gerado por Usuário (CGU), como o YouTube, cresceram e passaram a ser vistas como economicamente rentáveis, elas foram regulamentadas e monetizadas, servindo à lógica financeira do mercado. Concordamos com Taylor (2018) quando esta salienta que o trabalho em tais plataformas “está situado *dentro do* capitalismo contemporâneo. As plataformas nas quais CGU frequentemente existe são tipicamente entidades comerciais por si só, ou são sustentadas por publicidade e, portanto, vinculam-se a tais sistemas” (p. 34, tradução nossa)². Para Karhawi (2020), através das novas mídias, as linhas entre lazer e trabalho foram borradas, assim como entre o consumidor e o produtor. E. Alves (2019, p. 133) traz o fenômeno da digitalização das atividades e expressões humanas enquanto digitalização do simbólico em si, afirmando que este processo permitiu “a consolidação definitiva de um novo amálgama entre o domínio simbólico-estético-artístico e o domínio econômico-comercial-tecnológico”, visto que algumas das maiores empresas do mundo - Google, Apple, Meta, Amazon e Microsoft - são da área de tecnologia e estão progressivamente dominando os serviços culturais.

O trabalho de produção de conteúdo em plataformas já foi bastante conceituado no âmbito da atuação profissional das blogueiras (Duffy, 2017; Karhawi, 2020; Karhawi e Prazeres, 2022), *vloggers* (Raun, 2018), *youtubers* (Postigo, 2014) e *influencers* (Karhawi e Prazeres, 2022), o que nos ajuda a compreender e a situar algumas características compartilhadas do trabalho de produção de conteúdo em plataformas - âmbito este em que se situa a atividade do *live streaming*.

Alguns pontos em comum com outras formas de produção de conteúdo para a atividade do *streaming* que observamos, destacamos e nos aprofundaremos ao longo deste

² Texto original: “[the labor on these platforms] is situated within contemporary capitalism. The platforms on which UGC frequently live are typically commercial entities in and of themselves, or are supported by advertising and thus tie them to such systems”

estudo, são: a) o trabalho de esperança (Kuehn e Corrigan, 2013) e/ou o trabalho aspiracional (Duffy, 2017) desempenhado nas plataformas, de forma pouco ou não-remunerada na expectativa de que tal atividade um dia propicie retorno financeiro; b) a fusão entre trabalho e lazer/entretenimento/socialização (Postigo, 2014; Duffy, 2017; Karhawi, 2020); c) a necessidade de criação e manutenção de comunidades que se equivalem a uma audiência estável e engajada (Karhawi, 2020); o trabalho afetivo implicado em tais relações com o público (Duffy, 2017; Woodcock e Johnson, 2019); a semelhança com a imagem da celebridade e a criação de uma marca pessoal (Duffy, 2017; Raun, 2018); a dependência do produtor de conteúdo no aparato tecnológico possuído e ofertado pela plataforma e, logo, à sujeição às regras e mecanismos de governança destas (Karhawi e Prazeres, 2022); e, por fim, mas não desvinculado dos outros pontos, o tratamento dado pela plataforma aos produtores de conteúdo é o de um usuário com um “bônus”, e não como trabalhador.

Terranova (2000) conceitua que toda atividade que mantém o funcionamento cultural e econômico na internet é uma forma de trabalho e deveria ser considerada como tal, mesmo que não se pareça com o que entendemos por uma ocupação trabalhista: “trabalho gratuito é o momento onde esse consumo consciente da cultura se traduz em atividades produtivas que são desempenhadas com prazer e, ao mesmo tempo, muitas vezes exploradas descaradamente” (p. 37, tradução nossa³). Desenvolveremos mais estes aspectos no capítulo dois; aqui apenas apontamos que tais atividades se constituem enquanto forma de trabalho com suas características específicas, e que o *live streaming* se situa junto delas. Ao considerarmos a produção de conteúdo em plataforma enquanto uma forma de trabalho, reconhecemos a importância que essa atividade tem na vida das pessoas que se envolvem nela, ainda que seja uma forma de trabalho flexibilizada, precarizada e com formato diferente das formas de trabalho tradicionais com as quais estávamos acostumados.

1.1.3 Cultura gamer

O jogo eletrônico, desde sua origem, é perpassado por uma diversidade de funções, ideologias, públicos e usos. A interatividade propiciada pelo jogo “[...] representa uma quebra em relação às outras formas de arte e cultura, juntamente com o fenômeno de massas que os jogos eletrônicos se tornaram” (Woodcock, 2019, p. 26). A cultura que se desenvolve no entorno dos jogos eletrônicos implica em diversos atores e frentes: desenvolvedores,

³ Texto original: “Free labor is the moment where this knowledgeable consumption of culture is translated into productive activities that are pleasurably embraced and at the same time often shamelessly exploited”

programadores, empresas, estúdios, consumidores, *modders**, hackers, jogadores, *pro-players**, organizações, times, e até mesmo estados e nações, os quais criam, interagem, modificam e consomem de diferentes maneiras esta forma de mídia. No Brasil, atualmente, cerca de 73,9% da população está envolvida em alguma medida com os jogos eletrônicos, sendo considerada uma das formas mais importantes de entretenimento para os brasileiros (Pesquisa Gamer Brasil, 2024).

É difícil defini-la como apenas uma forma de cultura, considerando as pluralidades e complexidades implicadas nas diferentes formas de se relacionar com o jogo eletrônico. A cultura *gamer* não é um conceito monolítico, mas uma coleção diversa de práticas, identidades e significados que variam amplamente entre diferentes comunidades, jogos e contextos (Shaw, 2010). Nascimento (2023), por exemplo, optou em nomear como “culturas *gamer*” diferentes formas de criação de comunidade e identidade que se dão ao redor de tipos distintos de jogos. Falcão e colaboradores (2020) salientam que a cultura de jogos eletrônicos não se dissocia dos elementos culturais externos a esta, sendo influenciada e influenciando mutuamente outros âmbitos da sociedade. Como destaca Woodcock (2019, p. 21), “os jogos eletrônicos são um terreno de disputa cultural, moldados pelo trabalho, pelo capitalismo e por ideias sobre a sociedade”. Considerando toda esta complexidade, não buscamos aqui definir as fronteiras do que é considerado cultura *gamer*, mas sim analisar as manifestações e práticas sociais desenvolvidas a partir dos jogos eletrônicos no Brasil; pensamos, então, o jogo enquanto objeto cultural ao redor do qual socialização, consumo, identidade, lazer, trabalho e comunidades são construídas (Woodcock, 2019).

Taylor (2018) descreve a cultura *gamer*, mais especificamente no que se refere aos *esports*⁴ e ao jogo compartilhado, em ondas: a primeira onda, ocorrida nos anos 70 e 80, era voltada ao âmbito local, ocorrendo nos fliperamas ou no ambiente doméstico, com a popularização dos consoles. A segunda onda, a partir dos anos 90 até cerca de 2010, se dá pela potencialização do cenário *gamer* através da internet, com os jogos *multiplayer* e o crescimento da indústria de *esports*, ainda bastante pautada pelos esportes tradicionais. A terceira onda, iniciada por 2010 e que segue até hoje, é marcada pelo *live streaming*, que transforma tanto o meio dos *esports*, com o crescimento e expansão da indústria, quanto o do jogo como entretenimento, possibilitando um novo formato de consumo, uso e socialização do jogo enquanto mídia visual.

⁴ *Esports*, *e-sports* ou *eSports* são termos comumente utilizados para se referir aos esportes eletrônicos. Por uma questão de padronização, utilizaremos *esports*, seguindo as recomendações da Associated Press (2020, p. 568-569).

Ainda que não possamos negar o caráter globalizado da cultura mediada pela tecnologia, como é o caso da *gamer*, buscamos, neste trabalho, desenvolver de forma contextualizada e localizada o histórico do *live streaming*; isto implica uma aproximação das tendências internacionais, conforme conceituado por Taylor (2018), mas também uma atenção às práticas inerentemente nacionais, vinculadas ao contexto sócio-econômico-cultural brasileiro. Ademais, considerando a amplitude do campo de estudos dos jogos eletrônicos, faremos aqui uma breve exposição do histórico da cultura de jogos no Brasil, na qual nos voltaremos, principalmente, ao aspecto social do jogo, àquele que diz respeito ao compartilhamento do ato de jogar. Seguimos, conforme proposto por Shaw (2010), pensando os jogos como parte componente da cultura popular nacional, e não como uma forma cultural dissociada de nossa sociedade.

O jogar nunca foi um ato solitário. Como salienta Taylor (2018, p. 37, tradução nossa⁵), “seja esperando por sua vez em uma máquina de fliperama, ter um controle de console passado adiante, ou assistindo uma batalha *online* acalorada após seu personagem ter ‘morrido’, assistir foi uma parte do jogar desde o princípio”. Apesar de nosso imaginário estar permeado de figuras antissociais, isoladas e estereotipadas quando pensamos no “*gamer*” (Shaw, 2010), desde o início da difusão dos jogos eletrônicos estes envolviam socialização, compartilhamento, troca e, o mais importante aqui, o assistir o jogo alheio.

1.1.3.1 Fliperamas e locadoras

Por conta das políticas nacionais protecionistas instituídas pela lei da Reserva de Mercado, vigente de 1979 a 1990, a importação de componentes tecnológicos sofreu uma série de restrições de forma a proteger o mercado interno (Nascimento, 2023). Porém, a indústria brasileira não tinha o conhecimento técnico para produzir tais componentes e produtos, nestes incluídos os videogames e computadores pessoais. Assim, o acesso do público brasileiro aos jogos eletrônicos se deu, de início, apenas por meio dos fliperamas - introduzidos nos grandes centros urbanos nos anos 70 mas com popularização para outras regiões nos anos seguintes - e por consoles nacionais clonados⁶, no final dos anos 80 e início dos anos 90 (Nascimento, 2023).

⁵ Original: “Whether waiting for a turn at an arcade machine, having a console controller passed over, or watching a heated online battle continue after your character has “died,” spectating has been a part of gaming since the beginning”.

⁶ Como não havia o conhecimento técnico na indústria brasileira para a produção de consoles próprios, era frequente a utilização de engenharia reversa para fabricar consoles similares ou idênticos aos estrangeiros (Nascimento, 2023).

Ainda que houvesse o acesso aos jogos de console no âmbito familiar, estes, mesmo que clonados, ainda eram caros demais para que se difundissem nas mais diversas camadas sociais, ficando majoritariamente restritos à população branca, de classe média/alta e com maior acesso à educação formal (Nascimento, 2023). Desta forma, no Brasil, a difusão do jogo seguiu de forma compartilhada: primeiro, com os fliperamas; agora, com as locadoras. As locadoras de jogos se caracterizavam enquanto pontos não apenas para a locação de jogos, mas também - e principalmente - para jogá-los nos consoles disponíveis no estabelecimento. Para Barros (2011), tais espaços possibilitaram uma nova forma de socialização entre jovens e também a criação de uma identidade juvenil. Nascimento (2023) salienta, ainda, que tanto fliperamas quanto locadoras, além da sociabilidade, marcaram o início das competições de jogos eletrônicos no Brasil; neste ponto, ainda informais e comunitárias, mas já nos dando uma pista de que o jogo compartilhado tem uma história muito mais longa no cenário nacional do que o nascimento da Twitch.

1.1.3.2 *Lan houses* e jogos *multiplayer*

Nesse momento, traçamos um contexto bastante específico do cenário brasileiro: a socialização, lazer e cultura das *lan houses*. O jogo eletrônico, no Brasil, se difunde culturalmente de forma inerentemente social. Seguindo a tradição dos fliperamas e das locadoras, no início dos anos 2000 um fenômeno ainda maior se sobrepõe, com o surgimento, expansão e popularização das *lan houses*. Este modelo de negócio surge na Coreia do Sul, em 1996, e em 1998, é inaugurada a primeira *lan house* no Brasil, as quais rapidamente se espalharam no território brasileiro (Angeluci e Galperin, 2014; Nascimento, 2023). Seu nome deriva do termo técnico “*local area network*”, ou, em português, rede local. São estabelecimentos comerciais caracterizados por ofertar computadores com acesso à internet, cobrando pelo tempo de uso.

Considerando o contexto nacional já mencionado, do alto custo dos computadores pessoais e da inacessibilidade da internet banda larga doméstica, as *lan houses* se popularizaram no território brasileiro. Serviram enquanto forma de pessoas de classe baixa, emergente e média acessarem as novas formas de informação, comunicação e entretenimento propiciadas pela internet. Assim, se tornaram um importante espaço de inclusão de minorias na cultura e educação digitais (Angeluci e Galperin, 2014). Por um valor fixo por hora de uso, era possível utilizar um computador compartilhado em toda a sua glória, o que incluía - inevitavelmente - os jogos eletrônicos.

Nascimento (2023), em sua pesquisa de mestrado, faz uma revisão histórica da cultura de videogames no Brasil. Em seu levantamento, encontra que a popularização no cenário nacional dos jogos eletrônicos *multiplayer*, como *Counter-Strike* e *MMORPGs*⁷, se deu majoritariamente por conta das *lan houses*. Segundo o autor, elas foram fundamentais para a inclusão digital de jovens provenientes de minorias sociais, e tal acesso foi intimamente vinculado à difusão de culturas de jogos no país, caracterizando parte da identidade social do jovem brasileiro. Com as *lan houses*, se iniciaram as competições de jogos eletrônicos no país, principalmente no âmbito dos jogos de tiro em primeira pessoa - *First Person Shooter*, ou, como são popularmente conhecidos, FPS -, com destaque para o já mencionado *Counter-Strike*.

Com a redução do preço da internet banda larga, dos computadores de uso pessoal, e também a introdução dos *smartphones* no mercado nacional, as *lan houses* vão perdendo seu espaço, deixando de ser necessárias, e progressivamente desaparecendo da cena brasileira. Porém, estabeleceram em seu legado a amplitude da população *gamer* alcançada através do acesso facilitado aos equipamentos eletrônicos disponibilizados, assim como a popularização da competição nos jogos eletrônicos no Brasil. As *lan houses*, no Brasil, foram um âmbito que estabeleceu uma forma de se relacionar com jogos: compartilhada, social, identitária e competitiva, influenciando a consolidação das culturas de jogos no Brasil (Nascimento, 2023).

1.1.3.3 *Esports, jogos mobile e live streaming*

A prática esportiva de jogos eletrônicos tem no Brasil um dos seus principais públicos. Cerca de 66,2% das pessoas que interagem com jogos eletrônicos também acompanham o cenário esportivo *gamer* (Pesquisa Gamer Brasil, 2024), e o Brasil tem um dos maiores mercados mundiais nos jogos eletrônicos e *esports* (Newzoo, 2024). Macedo (2023, p. 175) define os *esports* como

Toda forma de praticar um jogo competitivo esportivo mediado por computadores, que pode tanto ser assistida on-line quanto presencialmente por um número variável de espectadores. A atividade esportiva voltada para videogames envolve diferentes níveis de gameplay, uma variedade de comportamentos, gêneros, modalidades e formatos de jogo, grupos de jogadores e tipos de equipes

⁷ MMORPG é uma sigla em inglês para *Massive Multiplayer Online Role-playing Game*, ou, em tradução livre, algo como “jogo de interpretação de personagens online e em massa para multi-jogadores”. É um gênero de jogo popular no mundo e no Brasil, tendo destaques no período em questão *World of Warcraft*, *Tibia* e *MUonline*.

Os *esports* representam hoje um mercado global que movimenta cerca de 10 bilhões de reais (Newzoo, 2024), e distribui cerca de um bilhão de reais em premiações (GE, 2023). No Brasil, a prática se encontra profissionalizada em organizações esportivas, torneios e federações, mas os jogadores ainda não são reconhecidos enquanto atletas e os *esports*, como prática esportiva (Macedo, Kurtz e Becka, 2024). Uma forma mais recente de popularização da cultura de jogos no país foi o surgimento e expansão dos jogos *mobile*. Estes são jogos compatíveis com celulares *smartphones* - mais baratos que computadores ou consoles, por exemplo -, e se caracterizam como a principal forma de acesso atual da população brasileira aos jogos eletrônicos, com 65% dos *gamers* brasileiros participando dos jogos por este meio (Pesquisa Gamer Brasil, 2024). Além disso, no Brasil, o sucesso de jogos *mobile* de acesso gratuito como *Free Fire* potencializa também a prática de esportes eletrônicos, com o surgimento de campeonatos específicos para tal jogo, que permitem a participação via celular ou emulador (Macedo, Kurtz e Becka, 2024). Em concomitância, fomentaram o *live streaming*, tendo a Garena - desenvolvedora do *Free Fire* - lançado, em maio de 2020, uma plataforma de *live streaming* própria, que permitia a participação e produção de conteúdo via *smartphone*. A plataforma teve como principal público e como principal produtor o Brasil, detendo quase metade das *lives* transmitidas nela (Stream Charts, 2024), mas encerrou suas atividades em 2022 sem explicitar o motivo de tal decisão para seus usuários e produtores de conteúdo.

O sucesso dos jogos *mobile* com crianças e jovens de classe baixa no Brasil se associa com o imaginário do “jogador de futebol” no país, ideia essa relacionada à ascensão econômica em um cenário de baixa possibilidade de mobilidade social (Macedo, 2023). Assim, além da tradição nascida nas *lan houses* - relativamente nichada - da competição em jogos eletrônicos no país, passamos agora para um momento em que ser *pro player*⁸ apresenta-se enquanto uma carreira desejada (Macedo, 2023; Pesquisa Gamer Brasil, 2024). Embora nosso foco aqui não seja especificamente o cenário competitivo dos jogos, é inegável que *esports* e *streaming* estão associados, uma área imbricada na outra: seja pela transmissão de campeonatos de *esports* ou de treinos preparatórios para estes via *streaming* (Taylor, 2018; Macedo, 2023); ou pelo *streaming* servindo como forma de complemento de renda para *pro players* (Macedo, 2023; Biazzi, 2024); e, também, por jogadores que buscam sua própria profissionalização, realizando transmissões de suas *gameplays* na tentativa de atrair recrutadores, apoiados na lógica de performance e *network* da atividade de *streaming* (Taylor,

⁸ Jogador profissional de jogos eletrônicos, que compete em esportes eletrônicos.

2018; Woodcock e Johnson, 2019). O processo de profissionalização nos *esports* no Brasil é perpassado, muitas vezes, pela esperança de ascensão de classe, o que implica em trabalho gratuito desempenhado por jovens de baixa renda na esperança de serem notados por organizações maiores e/ou patrocinadores, em um arranjo precário e não reconhecido de trabalho (Macedo, Kurtz e Becka, 2024).

Para Taylor (2018), apesar do cenário dos esportes eletrônicos já ter popularidade e campeonatos estruturados desde os anos 90, é através do *streaming* que os *esports* alcançam um canal de comunicação compatível com sua prática, a qual não havia ganhado espaço significativo na televisão tradicional. Por sua vez, o uso do *live streaming* pela comunidade do cenário competitivo fortaleceu a cultura *gamer* no *streaming*, crescendo a popularidade da atividade e consolidando-a como a principal via de contato entre audiência, atletas, organizações e campeonatos (Taylor, 2018). Para Brown e Moberly (2020), o *streaming* tem como um dos principais pontos de seu sucesso a popularização dos *esports* e a ampliação do acesso aos campeonatos de jogos.

Apesar dos aspectos similares, das influências mútuas e da história entrelaçada, concordamos com Macedo (2023, p. 71) quando o autor traz que “sendo os *esports* e o *live streaming* mobilizados por aspectos distintos, tratam-se de diferentes construções sociotécnicas que requerem análises específicas”. Assim, seguimos na esteira de Taylor (2018), estudando o *streaming* enquanto uma produção de mídia por usuários, o que inclui os *esports*, mas não os esgota nem se limita a estes.

1.2 Contexto atual do *live streaming*: inovação, plataformas, elementos das *lives* e o estouro da bolha *gamer*

De acordo com Taylor (2018), o *live streaming* traz uma característica fundamental e inovadora para a cultura de jogos. Mesmo que outros sites, como o YouTube, já permitissem o compartilhamento de vídeos sobre jogos ou *gameplays* completos, é através do *streaming* que a forma com que as pessoas se relacionam com os jogos passa por uma mudança qualitativa. Para a autora, é por intermédio da possibilidade de interação simultânea entre produtor de conteúdo e audiência através do chat que o *live streaming* provocou tal mudança, visto que o ato de jogar, agora, integra também os espectadores. O *live streaming* possibilitou que jogadores de todos os tipos, sejam casuais ou profissionais, transformassem o ato de jogar em uma forma de entretenimento público, compartilhado e, possivelmente, rentabilizado (Taylor, 2018).

Brown e Moberly (2020), de forma similar, enfatizam que o *streaming* traz uma nova forma de interatividade dentro da cultura de participação da internet, possibilitando que atores se engajem uns com os outros a partir de uma base cultural e midiática compartilhada: primeiro, o jogo; depois, o *live streaming*. Este se estabelece como um ponto de socialização, interação e *network* entre *streamer*, a comunidade da cultura de jogos e o conteúdo do jogo em si (Brown e Moberly, 2020). Além disso, para Woodcock e Johnson (2017), o *live streaming* adiciona o elemento da intimidade e do imediatismo entre produtor de conteúdo e usuários/audiência, estabelecendo um novo ideal de criação de conteúdo que simultaneamente implica e gera “presença”. Ao mesmo tempo que o *streamer* se aproxima do imaginário da celebridade para sua audiência, contraditoriamente isso se dá pela criação de uma ideia de proximidade e intimidade provocada pela interação ao vivo entre produtor de conteúdo e seu público (Woodcock e Johnson, 2017).

O termo “*networked broadcast*” é utilizado por Taylor (2018) para descrever a atividade do *live streaming*. Tal conceito pode ser visto como simbólico do percurso realizado pela autora para demonstrar a aproximação do *streaming* com mídias tradicionais, como a televisão, mas também para apontar a diferença fundamental entre elas: a transmissão de vídeo, no *live streaming*, se dá pela construção feita pelo produtor de conteúdo de uma rede de consumidores ou espectadores - também chamada, frequentemente, de “comunidade” ou até mesmo “família” pelos *streamers* e sua audiência (Woodcock e Johnson, 2019; Brown e Moberly, 2020). Assim, *live streaming* é uma forma de mídia produzida por usuários de plataformas, que depende da criação de relações sociais com o público para que seja consumida. Optamos, aqui, por não traduzir o conceito *networked broadcast* - o mais próximo que conseguiríamos seria “transmissão em rede” - por considerarmos que tal adaptação tiraria a representação do fenômeno descrito pelo termo: a de uma transmissão de mídia pautada nas relações sociais estabelecidas entre produtor de conteúdo e audiência.

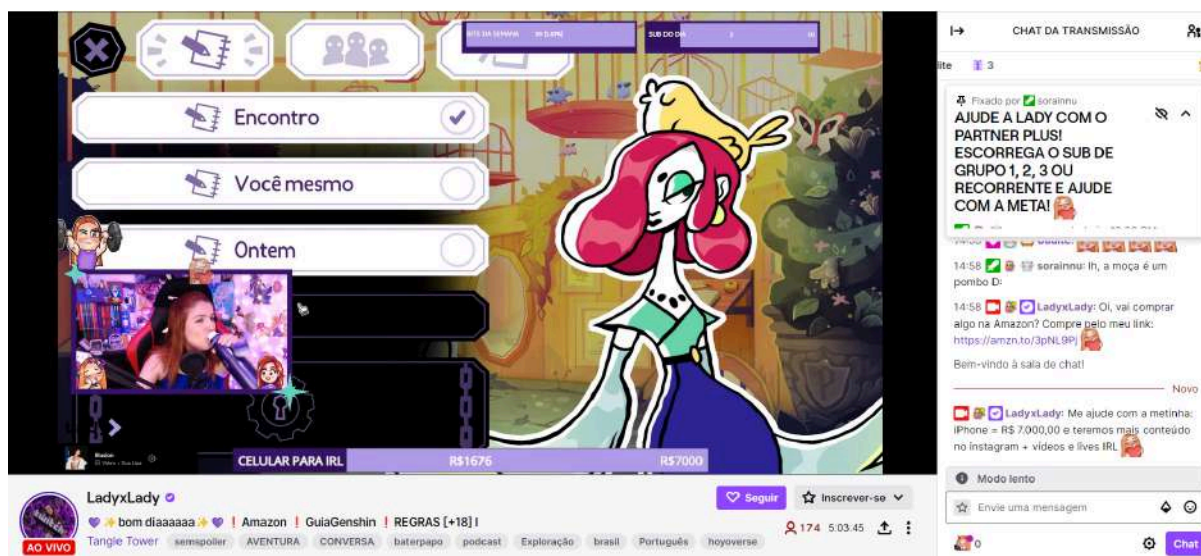
Para além da nova forma de criação, conectividade e interação inaugurada pelo *streaming*, esse também é, simultaneamente, a epítome do momento cultural vivido: se estabelece, justamente, na convergência entre as novas culturas de internet, as mudanças na mídia televisiva tradicional e a expansão da cultura de jogos (Taylor, 2018). Além disso, por surgir e crescer em tal ponto cultural, a atividade do *live streaming* permite a discussão da problemática de conteúdo gerado por usuários, monetização e formas de governança nas plataformas. Apesar dos estudos sobre *live streaming* mencionados até então terem sido realizados com foco apenas em uma plataforma, a Twitch (Woodcock e Johnson, 2017; 2019; Taylor, 2018; Brown e Moberly, 2020), nos dedicaremos no decorrer deste capítulo a abordar

o *streaming* em si, com foco na atividade e suas características, não nos restringindo a uma plataforma apenas - mas reconhecendo o impacto da Twitch no desenho das plataformas posteriores.

1.2.1. Plataformas

A produção de conteúdo no formato de *live streaming* começa com o site Justin.tv, criado por Justin Kan e três amigos - Emmett Shear, Michael Seibel e Kyle Vogt -, que transmitia sua vida no site que carregava seu nome (Taylor, 2018). O site, que era resultado de uma *start up*, logo passou a permitir e incentivar que todos os usuários transmitissem suas vidas. Um nicho que surge dentro da plataforma é o de transmissão de *gameplays*, que se torna um de seus principais públicos. Investindo nisso, Justin.tv cria um setor específico para jogos; depois, em 2011, um site dedicado ao *live streaming* de *games*: a Twitch (Imagem 1).

Imagem 1 - Live streaming na Twitch



Fonte: captura de tela do site Twitch.tv realizada pela autora (2024).

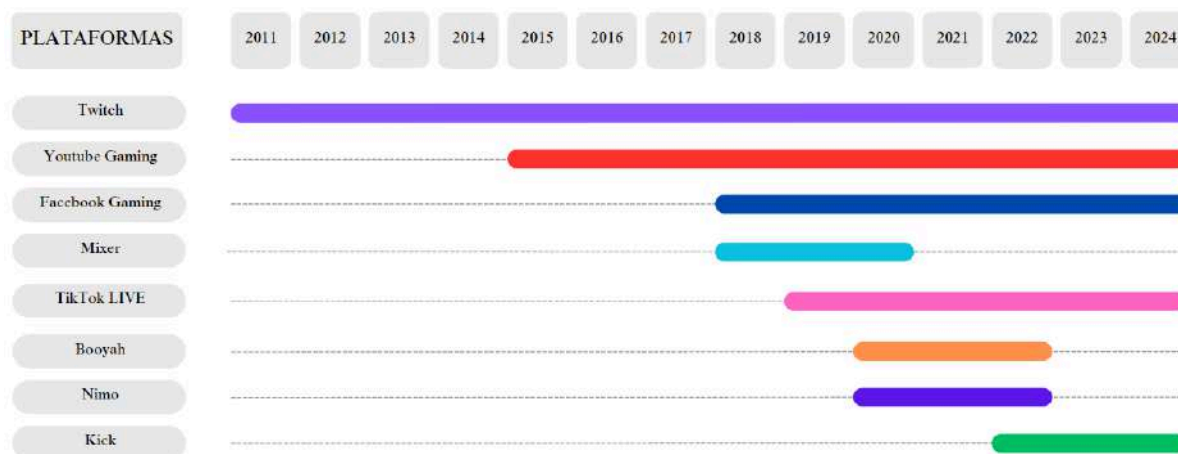
A plataforma Twitch foi criada com a intenção de possibilitar transformar o jogo privado em público (Taylor, 2018), e era exclusiva para *lives* de jogos ou de conteúdo relacionado ao meio *gamer*. Com o sucesso da plataforma e o surgimento de problemas derivados de direitos de conteúdo na Justin.tv, a empresa se renomeou como “Twitch Interactive”, fez do conteúdo de jogos seu carro chefe e encerrou as atividades do site original em 2014, o Justin.tv. No mesmo ano, a empresa foi adquirida pela Amazon, por 970 milhões

de dólares. A partir de 2016, a plataforma abriu espaço novamente para outras formas de *live*, criando categorias para além das de jogos e *esports*, como a “Só na conversa”, focada apenas na interação entre *streamer* e público; ou a “IRL”, ou “In Real Life” (“na vida real”, em tradução livre), onde o produtor de conteúdo transmite imagem em tempo real de seu cotidiano (G1, 2016). O estímulo à expansão é um sinal das tentativas feitas pela empresa para ampliar o público da plataforma além da bolha *gamer*. Outras decisões no mesmo rumo foram tomadas, como o estabelecimento de contratos com celebridades “tradicionais”, como o jogador de futebol Neymar, que passou a fazer *lives* de jogos eletrônicos na plataforma em 2020.

Fazer um apanhado histórico completo das plataformas de *live streaming* é uma tarefa complexa, caótica e possivelmente frustrada de início. Isto porque, ao estudarmos plataformas, alguns fenômenos dificultam sua observação e descrição. Primeiro, a falta de registros oficiais das plataformas que surgiram e foram encerradas, tornando os registros de blogs, sites e usuários e a memória da própria pesquisadora as principais fontes de informação desta revisão. Segundo, a criação das plataformas de *streaming* segue as tendências da lógica do capitalismo de plataformas descrita por Srnicek (2017), em que as plataformas-empresas tendem a se parecer muito umas com as outras, visto que, na tentativa de garantir o monopólio do público usuário-consumidor-produtor, a competição entre as plataformas é pela maior quantidade de usuários e tempo de uso. Além disso, o alto investimento inicial para atrair os usuários e trabalhadores nem sempre garante o retorno financeiro desejado e, tendo como principal indicativo de sucesso o lucro, quando este não é obtido, é comum que tais empreendimentos apenas encerrem suas atividades (Srnicek, 2017).

Assim, não objetivamos aqui abordar todas as plataformas de *live streaming* já criadas, nem todas as funcionalidades que perpassam a todas elas; e é provável que algumas das plataformas mencionadas já tenham encerrado suas atividades no momento da leitura desta pesquisa. Buscamos trazer um panorama de algumas das plataformas que têm/tiveram relevância para a atividade do *streaming* no cenário brasileiro, para compreender os elementos implicados no trabalho dentro delas. Ainda que nosso foco não esteja exclusivamente na plataforma Twitch, é difícil que consigamos escapar dela. Isto porque, devido ao seu pioneirismo e sucesso no nicho de *live streaming*, as plataformas que foram criadas para a realização de *streaming* ou que adicionaram a possibilidade de *streamar* às suas funções seguiram os moldes postos pela Twitch, na lógica de competição de mercado sinalizada por Srnicek (2017).

Imagem 2 - Linha do tempo de plataformas de *live streaming*

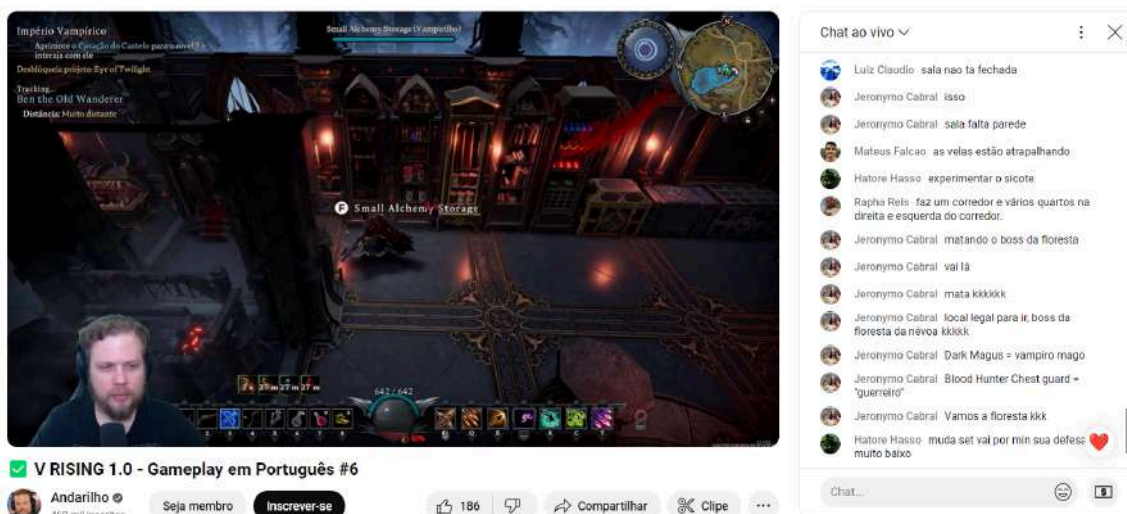


Fonte: a autora (2024).

Seguindo no molde da Twitch, outra grande plataforma de *streaming* é o Youtube, da empresa de tecnologia Google. A Google tentou adquirir a Twitch em 2014, mas não fechou o negócio e a plataforma foi vendida para a Amazon. Assim, em 2015, a Google lança a Youtube Gaming, subproduto da Youtube, voltada a *lives* de jogos eletrônicos (Youtube, 2015). A YouTube Gaming foi anunciada como o “YouTube construído para *gamers*” (Youtube, 2015), e emulou vários dos elementos da Twitch, como o chat, a disposição da imagem do jogo e do *streamer* sobreposta e os elementos de monetização da audiência para o produtor de conteúdo.

Apesar de a YouTube Gaming ter encerrado suas atividades em 2018, as suas funções foram incorporadas na plataforma Youtube (Imagem 3) que hoje é a maior em horas de *streaming*, ultrapassando a Twitch (Stream Charts, 2024). Vale notar, porém, que a Twitch é dedicada majoritariamente ao *streaming* realizado por usuários, enquanto o Youtube conta com empresas de mídia realizando transmissão de seu conteúdo em canais oficiais. Isso torna difícil a comparação entre ambas e conclusão de qual seria a maior plataforma de *live streaming*, principalmente ao considerarmos que as empresas raramente divulgam estatísticas próprias.

Imagem 3 - Live streaming no Youtube



Fonte: captura de tela do site Youtube realizada pela autora (2024).

Na esteira das empresas competidoras no âmbito da tecnologia, Facebook - hoje Meta - criou o Facebook Gaming (Imagem 4) em 2018, com elementos análogos aos trazidos pelas plataformas já existentes; o mesmo foi feito pela Microsoft, com a plataforma Mixer, que iniciou as atividades em 2018 e encerrou em 2020, firmando parceria com a Facebook Gaming e migrando seus usuários para esta.

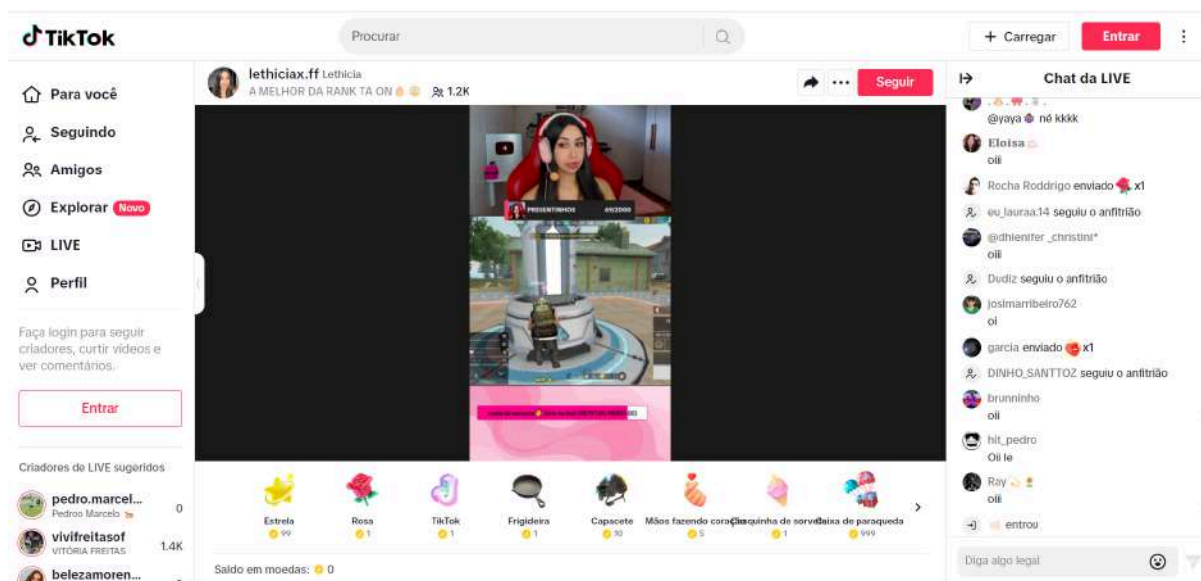
Imagem 4 - Live streaming no Facebook Gaming



Fonte: captura de tela do site Youtube realizada pela autora (2024).

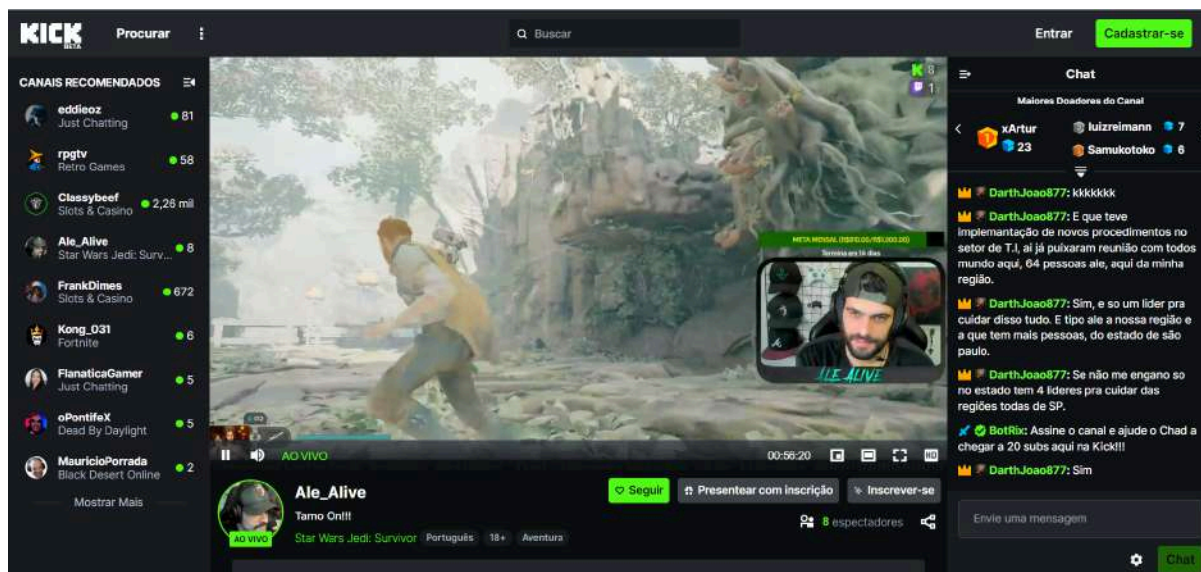
Além das *Big Tech* ou GAMAM - Google, Apple, Meta, Amazon e Microsoft -, outras empresas tentaram embarcar no sucesso do *streaming*, lançando suas próprias plataformas ou adicionando a função de *live streaming* dentro de plataformas existentes. Estas possuem *layout*, funcionamento e mecânicas similares à Twitch, mas com promessas de melhores contratos para *streamers* de sucesso, condições mais justas de trabalho para *streamers* menores e maior possibilidade de remuneração financeira para os iniciantes. Dentre as plataformas que foram ou são utilizadas no Brasil, podemos citar a Nimo, que surgiu em 2020 e encerrou suas atividades no país em 2022; a já mencionada Booyah, lançada em 2020 e que também encerrou em 2022; o TikTok, que adicionou a função de realização de *lives* em 2019 e segue em atividade até o momento, com a possibilidade de *lives* realizadas através do celular (Imagem 5); e, mais recentemente, a Kick (Imagem 6), criada em 2022 e que, até o momento da pesquisa, segue em atividade.

Imagem 5 - Live Streaming na plataforma TikTok



Fonte: captura de tela do site Tiktok realizada pela autora (2024).

Imagem 6 - Live Streaming na plataforma Kick



Fonte: captura de tela do site Kick realizada pela autora (2024).

Este breve compêndio das plataformas de *streaming* utilizadas no cenário nacional foi realizado com o intuito de enfatizar que estas são empresas, que atuam de acordo com a lógica do mercado financeiro. Além do aspecto financeiro e de disputa de mercado implicados nas plataformas-empresas, cabe lembrar que, apesar da abstração implicada no nome “plataformas”, estas implicam em materialidades e relações de poder. A existência destas empresas implica em uso de recursos energéticos, capacidade de armazenamento, *data centers*, materiais que provém da extração de minério, entre outros. Para além disso, a nível material, o funcionamento destas plataformas depende de recursos investidos pelos *streamers*: ambiente, computador, câmera, microfone, jogos, cenário, tempo. Ademais, implicam em relações de poder, nas quais *streamers* estão sujeitos às normas de monetização, visibilidade e comportamento estabelecidos, as quais podem mudar sem aviso prévio, deixando o trabalhador sem renda (Biazzi, 2024). Assim, mesmo que haja promessas de mudanças na forma como se dará a atividade dentro da plataforma (Imagem 7), os elementos estruturais destas se mantêm os mesmos - imagem, *webcam*, chat, monetização - e ditam uma relativa homogeneidade da atividade que entendemos por *live streaming*.

Imagem 7 - Resultado patrocinado da pesquisa “Kick Streaming” no Google



Fonte: captura de tela do site Google realizada pela autora (2024).

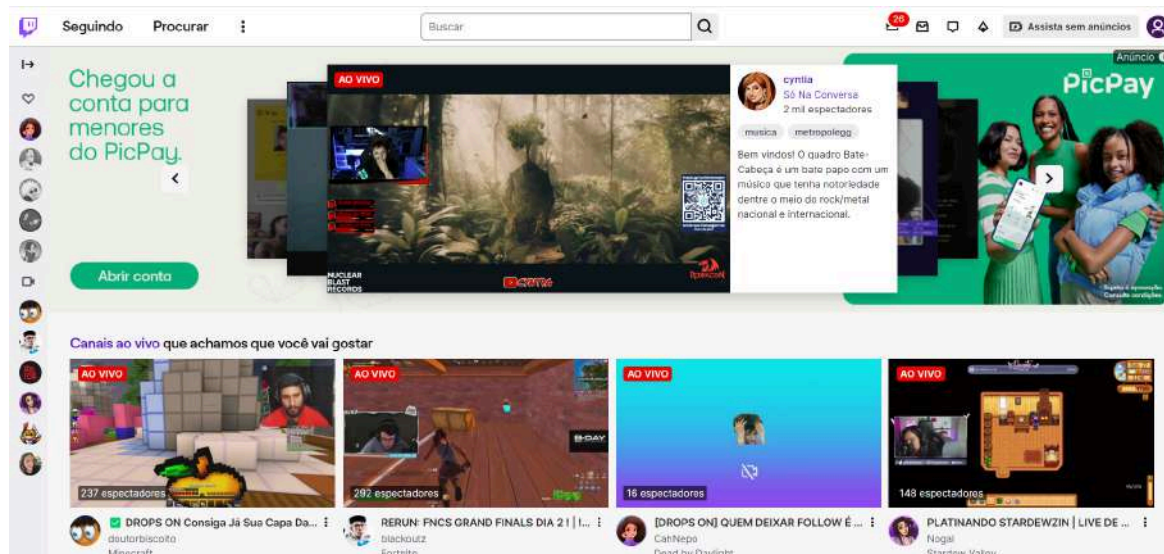
1.2.2 Elementos das lives

Como já enfatizado, a estrutura das plataformas e das *streams* se mantêm bastante similar à da Twitch. Assim, apresentaremos aqui o funcionamento de uma plataforma de *live streaming* a partir da Twitch, trazendo exemplos ou diferenças de outras plataformas ativas no momento - como a Youtube ou a Kick, por exemplo -, mas focando na plataforma inicial. Isto porque, além de esta ser ainda a principal referência no *streaming* e ter demarcado o que é e como funciona a atividade, considerando a característica do capitalismo de plataformas (Srnicek, 2017), se outros sites/empresas surgirem e/ou as existentes encerrarem suas atividades, as características mencionadas adiante provavelmente serão emuladas pelas novas na tentativa de atrair e se apropriar do mesmo grupo de usuários.

1.2.2.1 Página inicial

Ao abrir uma plataforma de *live streaming* pela primeira vez, o usuário se depara com *lives* rodando. Na página inicial são colocadas *streams* em destaque (Imagem 8) e as *lives* recomendadas em cada categoria disponibilizada pela plataforma e selecionada pelo *streamer* para identificar sua transmissão.

Imagem 8 - Página inicial da plataforma Twitch no dia 22 de maio de 2024



Fonte: captura de tela do site Twitch realizada pela autora (2024).

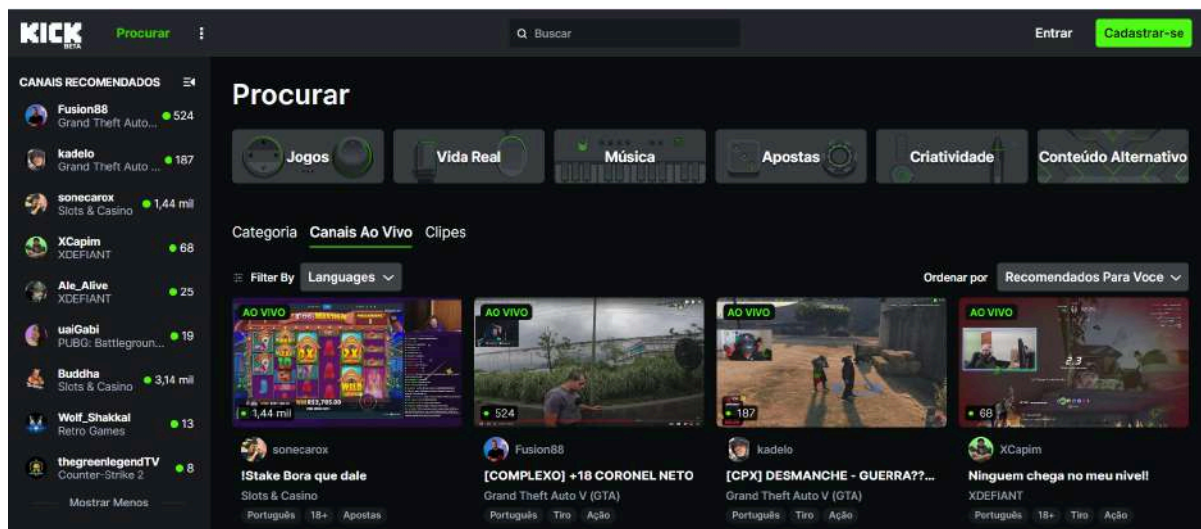
Os *streamers* que figuram nesta página são escolhidos pela plataforma, seja pelo destaque destes, por algum evento que está sendo realizado na plataforma ou na *stream* escolhida - por exemplo, algum campeonato sendo transmitido ou um evento de caridade sendo promovido - ou por estarem de acordo com algum interesse interno da empresa, visto que os critérios para tal escolha comumente não são divulgados. Para Taylor (2018), a página inicial é um dos principais fatores em sua consideração de que a Twitch não é apenas uma plataforma, mas também uma empresa de mídia. A autora argumenta que existe uma curadoria e produção do conteúdo apresentado pela plataforma que vai além da ideia de neutralidade do nome “plataforma”. Os *streamers* que figuram na página inicial ganham maior visibilidade, logo, mais audiência, o que pode se converter em maior remuneração. Também aparecem, nesta página, os canais que o usuário acompanha, e recomendações baseadas no consumo anterior.

1.2.2.2 Procurar

Algumas plataformas de *streaming*, como a Twitch e a Kick, possuem a aba “Procurar”. Nesta, você pode buscar por um *streamer* que já conhece, por uma categoria de *stream*, por um jogo em específico ou apenas rolar a página para ver, novamente, os *streamers* recomendados pela plataforma (Imagem 9). Mais uma vez, a problemática da

regulação e curadoria do conteúdo feita pela plataforma pode ser levantada: são os *streamers* com maior audiência que aparecem primeiro, sendo necessário um trabalho do usuário para alcançar *lives* de *streamers* menores.

Imagem 9 - Aba “procurar” da plataforma Kick no dia 22 de maio de 2024

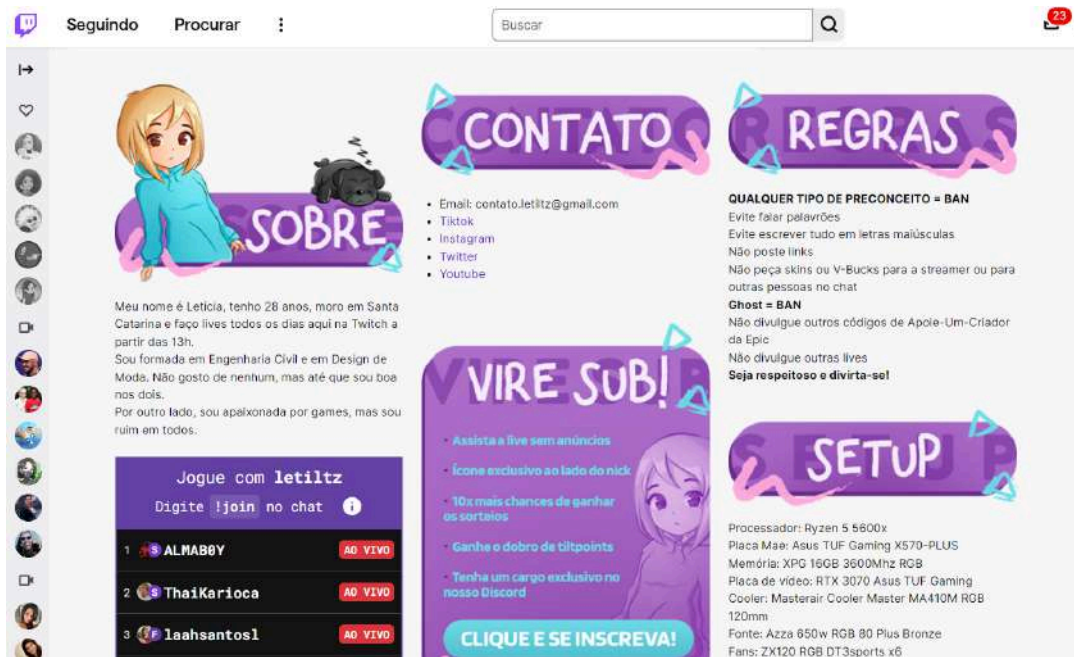


Fonte: captura de tela do site Kick realizada pela autora (2024).

1.2.2.3 O canal

A página do canal de um *streamer* é o elemento que mais varia entre as plataformas estudadas aqui. Normalmente, ela indica a organização feita pelo *streamer* do seu trabalho: breve descrição do conteúdo com o qual trabalha, seu cronograma de trabalho, as regras que estabeleceu para sua comunidade, o *hardware* que utiliza para realizar as transmissões, as metas que pretende alcançar, outros sites utilizados para fazer a manutenção da comunidade (Imagem 10). Comumente, o canal do *streamer* apresenta elementos com design personalizado, com cores e ilustrações que estabelecem uma identidade visual do canal, uma “marca pessoal” para o *streamer* e sua comunidade. Mas pode trazer também gravação de *lives* anteriores, vantagens para seguidores, outros tipos de conteúdo produzido - como é o caso do Youtube, com vídeos tradicionais e os *shorts* -, além dos elementos de monetização, como apresentaremos a frente. E, se o *streamer* estiver ao vivo, seu canal exibirá sua *live*: uma imagem transmitida ao vivo, que pode conter a transmissão da imagem da webcam de um *streamer* no sistema *picture-in-picture*, conforme mostrado nas imagens 1, 3, 4 e 5.

Imagem 10 - Canal na Twitch



Fonte: captura de tela do site Kick realizada pela autora (2024).

1.2.2.4 O chat

Ao lado direito da imagem transmitida se encontra o chat, uma ferramenta de interação simultânea entre audiência e *streamer* e audiência entre si (Imagem 11). Através do chat, os espectadores podem intervir na atividade do *streamer*, seja pela interação social que ocorre através dele entre os membros de uma *live*, seja por dicas, sugestões ou solicitações feitas pela audiência para o conteúdo produzido pelo *streamer*, ou até mesmo pela produção de uma subcultura ou comunidade ao redor do *streamer* ou do jogo (Taylor, 2018). Existe, inclusive, uma categoria de *streaming* focada exclusivamente ao redor da interação entre *streamer* e audiência através do chat, a “Só na conversa”. Apesar disso, a interação no chat interfere e contribui, em maior ou maior nível, para a forma como se dá o trabalho no *streaming* em todas as formas de produção de conteúdo.

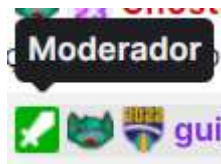
Imagem 11 - Chat na Twitch



Fonte: captura de tela realizada pela autora do site Twitch (2024)

Em algumas plataformas, como a Twitch e a Kick, o chat carrega símbolos que demarcam a posição do membro da audiência dentro da comunidade formada ao redor do *streamer*. Os ícones ao lado do nome de quem mandou mensagem o destacam por algum tipo de participação no canal. Por exemplo, na imagem 12, temos o ícone do moderador, que é uma pessoa - normalmente não-remunerada - delegada pelo *streamer* para regular as interações no chat, garantindo o cumprimento das regras postas pelo *streamer* e pela plataforma e também promovendo interações desejadas pelo produtor de conteúdo.

Imagem 12 - Ícone de moderador de chat na Twitch



Fonte: captura de tela realizada pela autora do site Twitch (2024)

As outras formas de destaque no chat, porém, com frequência são mediadas pela monetização, como veremos a seguir.

1.2.2.5 Elementos de monetização

O processo de monetização do *live streaming* perpassa todos os principais pontos da atividade: o conteúdo transmitido, a interação entre produtor e audiência e, até mesmo, a interação dos membros da audiência entre si. O aspecto central da monetização no *streaming*, portanto, se encontra nas interações sociais que se dão na atividade, focadas principalmente na figura do *streamer* (Woodcock e Johnson, 2019).

A via mais familiar de monetização de conteúdo em plataforma costumam ser os anúncios, forma de monetização derivada do Youtube (Taylor, 2018). Na Twitch, por exemplo, esta forma de monetização é aplicada com propagandas de terceiros no meio das *lives*. A audiência tem a *stream* interrompida por tempo determinado enquanto o comercial é transmitido. Enquanto isso, a seguinte imagem permanece na tela:

Imagem 13- Mensagem de aviso do comercial na Twitch

S4ninha está fazendo um intervalo comercial. Fique por aqui para apoiar a transmissão! Anúncio (2:28)

Fonte: captura de tela do site Facebook realizada pela autora (2024).

Os *streamers* que fazem parte do programa de monetização, então, recebem um valor a cada mil visualizações (Count Per Mil - CPM), que pode ser fixo ou percentual, a depender do nível do *streamer* no programa de monetização da plataforma. Assistir os anúncios é visto - e promovido - como uma forma de contribuir para o *streamer* que você acompanha.

Mas uma das principais vias de monetização para um *streamer* costuma ser a renda provinda dos assinantes do seu canal: os inscritos (na Twitch e na Kick), os membros (no Youtube) e os assinantes (no Facebook). Estes são membros da audiência que pagam,

mensalmente, um valor pré-estabelecido que é dividido entre o *streamer* e a plataforma (Imagem 14).

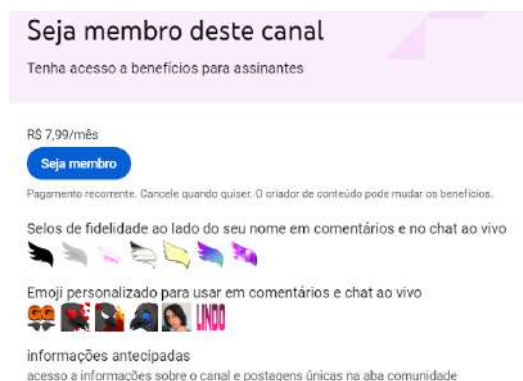
Imagem 14 - Benefícios da assinatura de um canal Facebook



Fonte: captura de tela do site Facebook realizada pela autora (2024).

Este assinante, então, recebe benefícios no canal que assinou: *emotes** personalizados para utilizar no chat (Imagem 15), não veem anúncios nas *lives*, recebem selos ou distintivos que o diferenciam no chat e demarcam seu lugar de membro pagante na audiência. Os benefícios variam de plataforma para plataforma e até mesmo de *streamer* para *streamer*, mas seguem a mesma lógica: pagar como forma de apoio; ter um momento de destaque, seja na imagem da *live*, seja no chat; receber, em troca da assinatura, alguma forma de atenção do *streamer*.

Imagem 15 - Benefícios da assinatura de um canal no Youtube



Fonte: captura de tela do site Youtube realizada pela autora (2024).

A atenção do *streamer* é um objeto em constante disputa durante uma *live*. Skardzius (2020) observou em sua pesquisa na plataforma Twitch que *streamers* tendiam a dar respostas mais expansivas e afetuosas quando a interação era mediada por remuneração financeira, privilegiando o anúncio de novos inscritos (assinantes) contra os de seguidores (não-assinantes). A própria estrutura das plataformas favorece tal comportamento, ofertando a possibilidade de se comprar a atenção dos *streamers*, como com o destaque de mensagens no Youtube (Imagem 16) ou com instruções ao produtor de conteúdo para que recompense de tal forma os espectadores que contribuem financeiramente:

Proporcione algum tipo de "troca" pelo apoio. A Twitch oferece emotes de inscritos, distintivos e outros benefícios, mas você pode ter criatividade e oferecer coisas diferentes, como um dia dedicado para jogar com inscritos durante uma transmissão. [...] Não esqueça de dar reconhecimento ao apoio dos seus espectadores, seja através de alertas, mensagens de agradecimento ou benefícios extras para inscritos. Os usuários se sentirão mais dispostos a lhe oferecer apoio no futuro se estiverem se sentindo reconhecidos e valorizados (Twitch, 2024)

Imagem 16 - Formas de contribuição financeira ofertadas ao espectador no Youtube



Fonte: captura de tela do site Youtube realizada pela autora (2024).

Outra forma - possivelmente mais direta - de mediação financeira das interações nas plataformas de *streaming* são as doações. Taylor (2018) considera que as doações da audiência para o *streamer* se tornaram parte central da estrutura das *lives* e das plataformas de *streaming*; sejam por vias oficiais da plataforma ou por mecanismos incorporados pelos *streamers* em seu canal. A maior parte das plataformas possuem formas próprias de contribuição financeira: a Twitch com os “bits”, moeda da plataforma que pode ser utilizada para diversas funções dentro das *lives*, como compra de *emotes*, mensagens em destaque no topo do chat ou (Imagem 17); o TikTok com os “presentes”, os quais, segundo a plataforma, podem ser utilizados “[...] para reagir e mostrar em tempo real seu apreço pelo conteúdo do criador” (TikTok, 2019); o Facebook com as “estrelas”, que funcionam de forma similar aos bits da Twitch. Além disso, *streamers* podem criar retribuições personalizadas para os espectadores que realizam doações.

Imagem 17 - Usos dos “bits” em uma *stream* na Twitch



Fonte: captura de tela do site Twitch realizada pela autora (2024).

As doações pelas plataformas, exceto no TikTok, são restritas aos *streamers* monetizados - falaremos mais desta distinção adiante - e implicam na divisão, entre plataforma e *streamer*, do valor doado. Esses aspectos contribuem para que os *streamers* utilizem outras vias para receber doação. No Brasil, é muito comum o uso da transação financeira via pix para as doações (Imagem 18). Estas doações normalmente garantem vantagens ou recompensas ao espectador, criadas pelo *streamer* e que comumente se relacionam ao conteúdo da *live*.

Imagem 18 - Recompensas criadas por *streamer* na Twitch para as doações via pix



Fonte: captura de tela do site Twitch realizada pela autora (2024).

Como mencionado, não são todos os *streamers* que têm a possibilidade de monetizar seu conteúdo; não basta criar conteúdo e interagir com uma audiência para ser monetizado. Todas as plataformas de *live streaming* possuem critérios mínimos para que um *streamer* participe do seu programa de monetização de conteúdo (Tabela 1). Essa avaliação é quantitativa: quantidade de visualizações; quantidade de inscritos no canal; no caso da Twitch e da Kick, também se há quantidade mínima de horas transmitindo; na Twitch, existe critério de dias transmitidos e espectadores simultâneos.

Tabela 1 - Critérios mínimos de monetização nas plataformas de *live streaming*

	Twitch	Youtube	Facebook Gaming	Kick	TikTok
Visualizações/espectadores	3 espectadores simultâneos	4.000 horas assistidas nos últimos 12 meses		-	-
Inscritos no canal	50	1.000	100 curtidas na página	75	1.000 inscritos para fazer <i>lives</i> e receber presentes - 10.000 para participar do programa de monetização
Dias transmitidos	7 dias diferentes nos últimos 30 dias	-	no mínimo dois dias em 14 dias	-	-

Horas de transmissão	8 horas em 30 dias	-	4 horas em 14 dias	5 horas	-
Método de entrada	automático para afiliado; convite para parceiro	aplicação	automático	automático	automático

Fonte: a autora (2024).

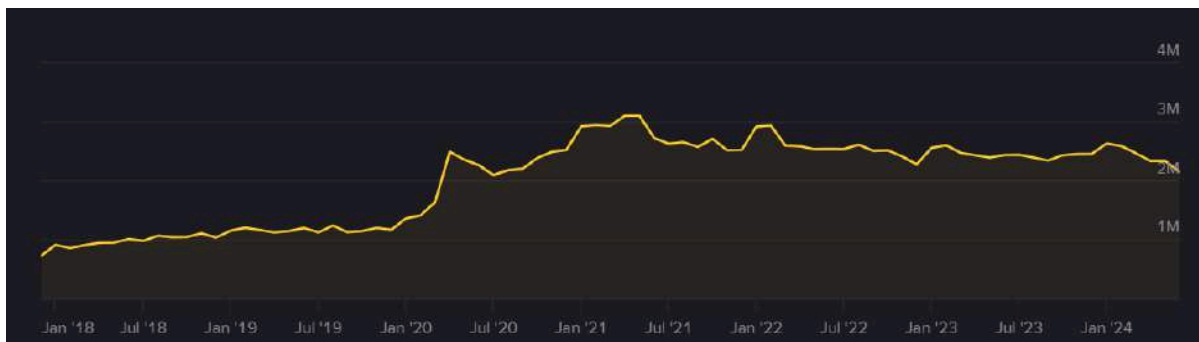
Vale salientar que essas regras e critérios - assim como as plataformas - mudam com frequência. Assim, esta tabela serve de referência para a compreensão do funcionamento da monetização das plataformas no momento de realização da pesquisa.

Além dos elementos apresentados, é importante notar que muitas das mecânicas de monetização podem ser acrescentadas, criadas, personalizadas ou removidas pelo *streamer*: há extensões que podem ser utilizadas para modificar a forma com que a monetização interfere em uma *live*, tornando as doações gamificadas e recompensando os espectadores de formas diferentes do usual; há a possibilidade do *streamer* inserir na imagem de sua *live* anúncio de terceiros; há a negociação de patrocínios; a criação de conteúdo exclusivo para pagantes; entre muitas outras possibilidades para além do ofertado pela plataforma, mas sempre originadas na lógica destas, de pagamento pela atenção/interação e anúncio.

1.2.3 Popularização no cenário nacional

A Twitch, que segue sendo a principal plataforma de *live streaming* produzido por usuários, vinha crescendo de forma estável desde seu lançamento; mas, com o início da pandemia de COVID-19 em 2020 e o decretamento, por diversos países, do isolamento social em março do mesmo ano para mitigar a propagação do vírus, a plataforma teve um salto no número de usuários. Em abril de 2020, o número de streamers e de espectadores mais que dobrou em relação ao semestre anterior, passando de uma média de 1 milhão de espectadores diários simultâneos para cerca de 2,5 milhões de espectadores diários simultâneos (Stream Charts, 2024). Atualmente, a Twitch conta com uma média de 2,4 milhões de espectadores diários simultâneos (Imagem 19).

Imagem 19 - Média de espectadores diários simultâneos da Twitch dos últimos cinco anos



Fonte: Stream Charts (2024).

Segundo a plataforma Stream Charts (2024), no momento, o Brasil é o quarto maior produtor e consumidor de *live streaming* do mundo. A plataforma Twitch, porém, domina o cenário de *live streaming* de jogos eletrônicos por usuários em nosso país. A popularização da atividade no cenário nacional se deu por ela: primeiro com a chegada da Justin.tv no Brasil, em 2011; depois, com a Twitch, através da transmissão de campeonatos de *esports* como *League of Legends*, *Dota 2* e *Counter-Strike: Global Offensive* (Globo Esporte, 2022).

Além dos campeonatos de esportes eletrônicos na Twitch, a atividade de *live streaming* feita por usuários estourou a bolha *gamer* no âmbito brasileiro: em 2021, o *streamer* Gaulês firmou parceria com a NBA, passando a transmitir alguns dos jogos da maior liga de basquete do mundo em seu canal da Twitch; em 2022, o *streamer* Casimiro - que já transmitia campeonatos de jogos eletrônicos -, através de uma parceria com a empresa LiveMode, obteve os direitos para a transmissão do campeonato carioca de futebol e, posteriormente, para a transmissão da Copa do Mundo FIFA em seu canal “CazéTV”, presente no Youtube e na Twitch (Exame, 2023). As Olimpíadas de 2024 também foram transmitidas no canal, que negociou os direitos da transmissão - junto a LiveMode - diretamente com o comitê olímpico adquirindo os direitos da cobertura esportiva em meios digitais (F5, 2024).

A transmissão da Copa por um *streamer* em plataformas de conteúdo gerado por usuário foi um feito histórico no meio da mídia brasileira por dois principais motivos: o primeiro, a retirada da exclusividade sob os direitos de transmissão da Copa da emissora televisiva Globo; o segundo, pelo recorde de espectadores simultâneos, chegando a cerca de 5,9 milhões de pessoas assistindo a um dos jogos do Brasil transmitidos pelo *streamer* (Correio Braziliense, 2022). Ademais, Casimiro chegou a trabalhar como comentarista para canais de televisão como a TNT Sports e o SBT (Metrópolis, 2022); Gaulês fez propaganda na Globo de campeonato de *esports* durante o intervalo de um jogo de futebol (Draft5, 2023);

os *streamers* Nobru e Cerol participaram do programa Esporte Espetacular, na Globo (Terra, 2022).

Além disso, o *streaming* virou canal de expressão para além das *gameplays* e campeonatos: com a criação e popularização de categorias de *live* na Twitch como o “Só na conversa” ou “Na vida real”, pessoas que produzem outras formas de conteúdo passaram a transmitir na Twitch, seja focando no aspecto da interação com a audiência, seja fazendo *streamings* que remetem aos *vlogs**, fazendo *react** de outras mídias, se filmando 24 horas por dia - assim como Justin Kan no início da Justin.TV -, seja, até mesmo estudando, servindo de companhia de estudos para sua audiência. Hoje, a categoria de *streaming* “Só na conversa” é a com maior porcentagem de *streams* tanto na Twitch, quanto na Kick, representando 14% das *lives* na primeira e 37% na segunda (Stream Charts, 2024). Podemos trazer como exemplo dessa expansão do *live streaming* a *streamer* Bel Rodrigues, que chegou a ser uma das *streamers* brasileiras com mais inscritos na Twitch (IGN Brasil, 2023). Bel Rodrigues, apesar de também jogar de forma casual em suas *lives*, produz conteúdo principalmente acerca de livros, conversas com seguidores e inscritos e *reacts*.

Assim, o *live streaming* vem rompendo a bolha *gamer* digital, absorvendo e sendo absorvido pelas mídias tradicionais, transformando a forma como consumimos mídias visuais, confluindo com outras mídias e formas de produção de conteúdo por usuários. Os *esports* progressivamente vão ganhando espaços antes privilegiados aos esportes tradicionais, e produtores de conteúdo são visados pelas emissoras televisivas como forma de atrair o público jovem perdido. Emissoras passam a ter canais em plataforma de *streaming*, seja *streamando* campeonatos de *esports*, conteúdos *gamer* ou *reacts*, emulando a produção de conteúdo por usuário (Metrópolis, 2023); seja tentando ganhar espaço transmitindo seu conteúdo tradicional, como jornalismo, séries, novelas e afins. *Streamers* passam a ser conhecidos pela população em geral, normalmente como casos de sucesso: manchetes impressionantes noticiam os milhões de reais recebidos pelos jovens que trabalham com a internet, “apenas fazendo o que amam” (Imagem 17).

Imagem 17 - Notícia sobre renda de *streamers*

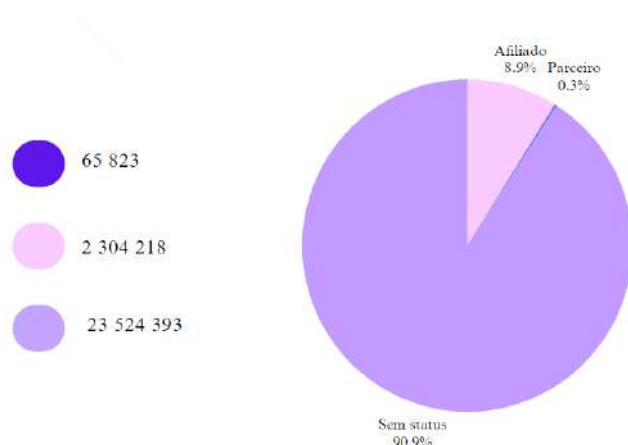
Profissão streamer: a geração que ganha até US\$ 500 mil por mês fazendo lives

Referência mundial de transmissões online, o brasileiro Alexandre "Gaulês" começou a transmitir partidas da NBA em seu canal

Fonte: CNN Brasil (2021).

E o imaginário popular do que é um *streamer* se constrói na glória das grandes competições de *esports* transmitidas por criadores de conteúdo, na surpreendente - e invejável - renda mensal de jovens que “só jogam” na internet. Tal ideia favorece com que muitos jovens vejam o *live streaming* enquanto uma possibilidade de carreira; segundo a Pesquisa Gamer Brasil de 2024, das pessoas que jogam e que viam na indústria de jogos uma perspectiva de carreira, 70% viam essa possibilidade no *streaming* (Pesquisa Gamer Brasil, 2024). Porém, na maioria dos casos, as grandiosas manchetes sobre jovens *streamers* milionários não correspondem à realidade do trabalho nestas plataformas. A maior parte dos *streamers* que as compõem não é nem sequer monetizado: na Twitch, de acordo com os dados coletados pelo site Stream Charts (2024), foram mais de 22 milhões de *streamers* ativos, com uma média de, no mínimo, cinco espectadores, que passaram pela Twitch sem serem incluídos no programa de monetização, contra cerca de dois milhões de afiliados (primeiro status de monetização) e sessenta e cinco mil parceiros (status que inclui um contrato com a plataforma). Além disso, a entrada nos programas de monetização das plataformas não garante remuneração, como discutiremos na análise.

Gráfico 1 - Porcentagem de *streamers* monetizados e não-monetizados



Fonte: gráfico elaborado pela autora a partir dos dados obtidos no Stream Charts (2024).

Buscamos, até este ponto, situar, descrever e contextualizar o *live streaming*, seus elementos e as mecânicas implicadas na realização desta atividade. Ainda que de forma superficial, com as limitações inerentes de se tentar representar textualmente uma mídia

visual, esta contextualização da atividade intenciona apresentar a dimensão do *live streaming*, tanto no que se refere ao seu alcance e uso, mas também ao trabalho necessário para realizá-lo.

1.3 Panorama atual de pesquisas sobre o *streaming*

Considerando a amplitude e o crescimento do *live streaming* no Brasil e no mundo, já houve tentativas da academia de compreender aspectos e impactos da atividade e teorizar acerca destes. Neste momento, intencionamos realizar um mapeamento da produção científica realizada até então, tanto em português quanto em inglês.

Tendo em mente o foco desta pesquisa, trabalhos voltados exclusivamente ao comportamento da audiência, à comerciabilidade da atividade, à moderação de conteúdo, aos campeonatos de jogos eletrônicos, ou aos elementos técnicos da plataforma não foram incluídos em nossa revisão. Também foram excluídas pesquisas que focaram em *live streaming* realizado por empresas, companhias de mídia, instituições ou organizações. Foram incluídas pesquisas que têm como foco o *live streaming* e que estudam o comportamento/trabalho de *streamers*. Trabalhos repetidos em ambos os indexadores não foram contabilizados.

1.3.1. Cenário internacional

Para compreender o estado da arte das pesquisas sobre *live streaming* enquanto trabalho no campo internacional, realizamos pesquisa nas bases de dados do Sage Journals e dos Periódicos CAPES. Para isso, utilizamos os descritores “live streaming”, “twitch”, “work”, “labor”, “labour” e “health”⁹. Foi encontrado uma quantidade exponente de pesquisas acerca de tal temática, com 367 resultados no Sage Journals e 78 resultados no portal Periódicos CAPES. Selecionamos trabalhos que se referiam ao *streaming* enquanto forma de trabalho, focando na atividade, e não na audiência, no comportamento de consumo, no jogo ou nas mecânicas das plataformas. Após seleção, foram contabilizados 52 artigos científicos. Estes são majoritariamente da área de estudo de mídia e comunicação; com foco na plataforma Twitch; estudando o *streaming* de *videogames*. Considerando o número expressivo de publicações em inglês acerca da temática, selecionamos, para esta revisão,

⁹ Em português: “trabalho” e “saúde”.

artigos que representam as temáticas mais prevalentes nas publicações, assim como buscamos incorporar ao menos um artigo de autores com múltiplas publicações na mesma temática. Esta revisão não representa a totalidade das pesquisas em inglês na área, mas intenciona estabelecer um panorama dos principais temas e pesquisadores no momento do levantamento.

A transformação de uma forma de lazer em um trabalho foi tema de várias das investigações encontradas. A Twitch nasce em meio à cultura e comunidade *gamer*, e é vista pelos *streamers* como parte dela, se entrelaçando com outras maneiras de formação de comunidade, como fóruns, *blogs* e canais no YouTube (Woodcock e Johnson, 2017). Teorizando acerca do fenômeno de trabalhar jogando, alguns autores se utilizam do neologismo “playbour”, ou “playbor”¹⁰, como forma de descrever tanto a motivação para exercer o trabalho quanto sua principal característica - o ato de jogar o jogo eletrônico (Törhönen *et al*, 2020; Just, Storm e Bukuru, 2023). O termo “microstreamer” também foi empregado para falar de *streamers* com audiência pequena e não-monetizados ou que recebem pouca remuneração pela atividade (Phelps, Consalvo e Bowman, 2021; Young e Wiedenfeld, 2022). Tais pesquisas, apesar de reconhecerem a atividade como forma de trabalho, veem a parte do labor como consequência secundária do lazer e da socialização dos *streamers*.

Criar e utilizar neologismos para designar uma forma de trabalho - ainda que não remunerada - pode ser uma maneira perigosa de analisar uma atividade, visto que possibilita alimentar a ideia de que não é um trabalho *de verdade*, favorecendo a individualização dos conflitos gerados no trabalho e a não-remuneração dos trabalhadores que movimentam as plataformas. O uso do prefixo “micro”, por exemplo, foi problematizado por Viana Braz (2021a) ao tratar de trabalhadores de microtarefas. Estes são comumente chamados de “microtrabalhadores”, o que, para o autor, “parece produzir um efeito colateral de reduzir e talvez depreciar o trabalho realizado pelos sujeitos” (Viana Braz, 2021a, p. 142). Como será discutido adiante, o trabalho do *streamer* vai muito além do jogo, independente do tamanho de sua audiência.

Apesar da busca por socialização ter sido apontada como motivador para o envolvimento de *gamers* no trabalho de *live streaming* mesmo sem serem remunerados (Young e Wiedenfeld, 2022), este aspecto da atividade também é um dos mais descritos enquanto demandados do *streamer*, sendo nomeado como trabalho afetivo (Woodcock e Johnson, 2019; Ruberg e Lark, 2021; Lark, 2022; Welch, 2022) e/ou trabalho emocional

¹⁰ Fusão das palavras em inglês “play” (jogo), e “labour”/“labor” (trabalho).

(Guarriello, 2019; Ruberg e Cullen, 2019). Os *streamers* se sentem impelidos a criar uma sensação de intimidade com a sua audiência, estabelecendo uma relação parassocial com os espectadores, como forma a receberem contribuição financeira da sua audiência pelo trabalho desempenhado (Woodcock e Johnson, 2019). Tal forma de trabalho demanda manejo das próprias emoções, assim como suscitar sentimentos na audiência para favorecer a criação de uma comunidade (Ruberg e Cullen, 2019). Guarriello (2019) traçou semelhanças entre o trabalho emocional e afetivo demandado de *streamers* e o trabalho do cuidado não-remunerado historicamente realizado por mulheres, perpetuado no trabalho digital através do *streaming* nas plataformas.

A relação entre o trabalho emocional, gênero e sexualidade foi salientada por um número expressivo das pesquisas encontradas. Welch (2022) avalia que *streamers* homens desempenham um trabalho de afetividade e intimidade com seu público também masculino, fomentado pelo desejo de tal audiência - desejo normalmente reprimido dentro da cultura *nerd* - de estabelecer conexão afetiva com outros homens. Interseções entre gênero e trabalho também foram observadas e descritas por Ruberg e Cullen (2019), que apontaram a intensificação desta demanda afetiva para *streamers* não-masculinos/não-heterossexuais. Youngblood (2022) trouxe da sensação de aconchego¹¹ e segurança que se espera e se busca em uma *live streaming* de uma pessoa LGBTIA+, e da mercantilização pela plataforma desta vivência proporcionada. A criação do sentimento de intimidade entre *streamers* e audiência também foi identificada por Lark (2022) enquanto parte do trabalho feminino dentro das plataformas *live streaming*, borrando ainda mais as fronteiras entre o pessoal e o profissional para estas mulheres.

Este processo de trabalho emocional e afetivo, de criação de uma intimidade entre produtor de conteúdo e audiência, leva o *streamer* a necessidade de *performar* em seu trabalho, ou seja, de desempenhar um papel para além do que considera sua personalidade “autêntica” (Woodcock e Johnson, 2019). O trabalho performático do *streamer* foi tema de algumas das produções encontradas: desde a performance de uma figura engraçada e bem-humorada (Johnson, 2024), passando por personagens (Woodcock e Johnson, 2019), até a performance de gênero, como *drag queens* (Persaud e Perks, 2022), ou de um amigo afetuoso (Welch, 2022).

Apesar da sensação de autenticidade e intimidade proporcionada pela transmissão ao vivo de imagem gerada por usuário, pesquisas realizadas com *streamers* observaram nestes

¹¹ “cozy wholesomeness”, no original em inglês.

uma necessidade de performar um papel, mesmo que seja uma versão de si mesmo que esteja sempre ativa, animada e sociável (Woodcock e Johnson, 2019). A performance veio também atrelada aos imperativos financeiros, com a necessidade de chamar a atenção dentre tantos outros *streamers* e agregar um público que não apenas fique para assistir as *lives*, mas que contribua financeiramente para seu trabalho (Johnson e Woodcock, 2019). Além disso, há a necessidade de manter um complexo equilíbrio entre performar para ser remunerado, ao mesmo tempo de uma forma que não soe “transacional” demais, mantendo para a audiência o sentimento de autenticidade (Tran, 2022).

Mesmo que toda forma de *streaming* implique algum nível de performance, Ruberg, Cullen e Brewster (2019) observaram que, frequentemente, é a performance de *streamers* mulheres que é escrutinada: o corpo, o ângulo da câmera, o conteúdo da *stream*, as roupas usadas, o tom de voz, dentre outros aspectos da *streamer*, são avaliados e controlados pela audiência, que a valida ou não como uma “*streamer* de verdade”. A condenação de mulheres por supostamente se sexualizarem para receber atenção em *streaming* de jogos também foi objeto de estudo de Tran (2022), que observou que mulheres tendiam a assumir o estereótipo criado como forma de performance de trabalho.

Os movimentos de ódio nas plataformas de *live streaming* não se restringem apenas às mulheres. Escobar-Lamanna (2024), pesquisando pessoas com deficiência que realizam *live streaming*, avalia que, apesar do discurso da Twitch de promoção de espaço para pessoas com deficiência, a plataforma oferece pouca proteção a tais *streamers* frente aos ataques de ódio organizados sofridos por estes. Esta prática de violência, conhecida como *hate raids**, é parte da cultura *gamer* na Twitch. É realizada principalmente contra minorias, como pessoas negras, mulheres e pessoas LGBTQIAN+, as quais dependem do apoio de suas comunidades para se proteger e reagir contra os ataques, visto que não há suporte da plataforma para os *streamers* nesses momentos (Meisner, 2023).

A individualização dos conflitos vividos no trabalho de *live streaming* vai além dos ataques da audiência, mas também perpassa a organização do trabalho nas plataformas como um todo. Xu e Zhang (2022), estudando a atividade a partir da plataforma chinesa DouYu, avaliam que a responsabilização individual dos *streamers* acerca de seus processos de trabalho - renda, carga horária, relação com o público - faz parte da ética de trabalho neoliberal que rege as plataformas de *streaming*. Para os autores, há um “jogo de popularidade” a ser jogado no *streaming*, que estabelece quem recebe e quem não recebe por seu trabalho. Escobar-Lamanna (2024), pesquisando a partir da Twitch, defende que a própria estrutura de monetização da plataforma estabelece tal ética neoliberal individualista: demanda

dedicação constante e números de audiência difíceis de serem alcançados, estimulando o trabalho individual e excessivo. Guarriello (2019), analisando o trabalho de uma *streamer* no Youtube, avalia que a relação de trabalho de *streamers* de jogos é complexa: a atividade gera prazer e reconhecimento, mas a lógica neoliberal do trabalho em plataformas também impõe a autocobrança, a necessidade de se estar sempre feliz e amigável, e de nunca parar de transmitir.

Tran (2024) analisa, ainda, o trabalho doméstico implicado na manutenção da atividade do *live streaming*, desempenhado por companheiros(as) de *streamers*, que se manifesta em principais formas de apoio: a produção colaborativa do espaço de transmissão, a gestão da intimidade e a organização do tempo. A autora discute como essas contribuições refletem a precariedade das carreiras na indústria de jogos, onde muitos dependem do trabalho não remunerado de familiares, e como essa dinâmica reforça noções tradicionais de gênero e trabalho doméstico.

Tais pesquisas nos ajudam a compreender o funcionamento da plataforma e as características da atividade. Ainda que não de forma aprofundada, as produções encontradas nos trazem pistas acerca dos desdobramentos subjetivos para os sujeitos que nela se engajam. São mencionadas a exaustão emocional provocada pelo trabalho afetivo (Guarriello, 2019; Woodcock e Johnson, 2019; Cullen e Ruberg, 2019), a carga horária de trabalho que é, muitas vezes, extensa e extenuante (Woodcock e Johnson, 2017; Guarriello, 2019; Fung *et al*, 2022; Xu e Zhang, 2022), e a exposição frequente a comentários de ódio, ameaças e questionamentos, principalmente para *streamers* pertencentes a minorias, sem o apoio da plataforma para combatê-los ou se proteger (Guarriello, 2019; Meisner, 2023; Escobar-Lamanna, 2024). Também são trazidas formas de produção de sentido para estes trabalhadores através da atividade, como o espaço para a formação de uma comunidade (Phelps, Consalvo e Bowman, 2021; Young e Wiedenfield, 2022), o reconhecimento de sua atividade por tal comunidade (Phelps, Consalvo e Bowman, 2021; Young e Wiedenfield, 2022), a interação com pessoas que dividem o mesmo interesse (Phelps, Consalvo e Bowman, 2021; Young e Wiedenfield, 2022; Youngblood, 2022), o prazer obtido em desempenhar o seu trabalho (Guarriello, 2019) e o fortalecimento do senso de identidade (Youngblood, 2022; Persaud e Perks, 2022; Escobar-Lamanna, 2024).

1.3.2 Cenário nacional

Para pesquisar as produções científicas no âmbito nacional, porém, tivemos que alterar nossos descritores e critérios de inclusão. Isso porque ao utilizarmos “live streaming”, “Twitch”, “trabalho” e “saúde”, não obtivemos nenhum resultado nas bases pesquisadas. Assim, buscamos apenas por “live streaming” e “Twitch”, adicionando também o descritor “streamer”. Obtivemos, desta forma, 41 resultados no site periódicos CAPES, 8 na Scielo e 61 no banco de dissertações e teses da CAPES. Destas, a maior parte não se relacionava ao nosso objeto de pesquisa; e, daquelas que tratavam sobre o *live streaming*, a maioria estava voltada exclusivamente ao comportamento da audiência, aos padrões de consumo, ou ao conteúdo das *lives*, não se enquadrando em nosso escopo de pesquisa. As pesquisas encontradas que se detêm sobre a atividade de realizar *streaming* são poucas. Contabilizamos sete artigos, sete dissertações e uma tese. A maior parte das pesquisas nacionais, assim como no âmbito internacional, foi realizada no campo da comunicação, com foco na plataforma Twitch e em *streaming* de jogos eletrônicos. Não foi encontrada nenhuma pesquisa sobre o tema realizada pela Psicologia, ou que verse diretamente sobre a saúde ou subjetividade desses trabalhadores.

As pesquisas encontradas focam, principalmente, na questão das *lives* enquanto ato performático e da relação com audiência. Montardo, Fragoso, Amaro e Paz (2017), em pesquisa com 177 usuários frequentes da Twitch - tanto audiência, quanto *streamers* -, coletaram respostas em formulário e analisaram o padrão de uso da plataforma em questão. Apesar da pesquisa voltada principalmente ao comportamento da audiência, os autores avaliaram que o funcionamento da plataforma depende do desempenho do *streamer* em termos de ato performático, que vai muito além da habilidade em jogar um determinado jogo: demanda a capacidade de atrair, entreter e manter um público, o qual retorna à plataforma, principalmente, pelo produtor de conteúdo (Montardo *et al*, 2017). Na dissertação de Paz (2016) - realizada a partir da já mencionada pesquisa com 177 usuários, além de entrevista com 3 *streamers* - este analisa que a socialização entre *streamer* e audiência é intermediada pelo consumo; e que, além disso, “o Twitch projeta uma socialização baseada no canal ‘popular fica mais popular’, enquanto os canais do outro lado do espectro recebem pouca ou nenhuma força da plataforma. Essa centralização e movimento unidirecional servem aos propósitos de crescimento do Twitch, isto é, rendem lucro”. Em outro artigo, Paz e Montardo (2018) trabalham as mesmas ideias já citadas aqui.

Galdino, Silva e Zanotti (2021) trabalham com a midiaticização realizada através do *live streaming*, e na transformação acarretada por este sobre as práticas culturais e sociais que se dão em torno dos jogos eletrônicos, estabelecendo novas formas de interação. Porém,

seguem na mesma perspectiva de Montardo e colaboradores (2017): *streamers* e audiência são vistos como usuários, com a diferença de que um transmite e o outro, assiste. Ainda assim, os autores percebem o *streamer* enquanto o “líder na comunidade, o que reforça sua influência sobre os espectadores” (Galdino, Silva e Zanotti, 2021, p. 85), que transformou o lazer em uma atividade publicizada e perpassada pela lógica de mercado. Para os autores, a performance também se mostra como um dos principais elementos da atividade: “mais de que jogar, streaming no jogo implica em assumir certas características performáticas encenadas nas quais as ações do streamer buscam agradar e fidelizar a audiência”; a midiaticização da *stream* é marcada mais pela performance do *streamer* do que pelo jogo em si (Galdino, Silva e Zanotti, 2021, p. 89).

Pase, Dallegrave e Fontoura (2020), seguindo na mesma linha das produções nacionais já mencionadas, também veem o *live streaming* enquanto uma forma de performance. Diferente das outras pesquisas, porém, os autores percebem a atividade enquanto uma forma de trabalho situada na indústria de jogos; consideram que o *live streaming* possibilita a obtenção de capital financeiro através do capital lúdico e social. Para os autores, “o capital lúdico é o trabalho acumulado através de um esforço do jogador enquanto em um momento de *gameplay* ou de uma transmissão motivada por uma partida ou outro aspecto originário de um jogo” (Pase, Dallegrave e Fontoura, 2020, p. 8); ainda observam que tais elementos lúdicos e sociais, favorecem a ideia de trabalho por amor e beneficiam a plataforma, que explora tal trabalho e impõe demandas quantitativas ao *streamer* para que este seja remunerado (Pase, Dallegrave e Fontoura, 2020). Dallegrave (2020), em sua pesquisa de mestrado, também aponta a atividade do *streaming* enquanto trabalho, salientando que este é demarcado pela performance de entreter o público.

Fragoso, Amaro e Seula (2021) trazem para a discussão a problemática da divisão “lazer vs. trabalho”, salientando que a ideia de “trabalhar jogando” não dá conta das complexidades e dificuldades de transformar o jogo em um meio de obtenção de renda, visto que as habilidades demandadas para *streamar* vão além de jogar o jogo em si. Os autores entendem que “os e-sports e o streaming de jogos envolvem dois níveis de mediações tecnológicas: uma relativa à jogabilidade e outra relativa à sua transmissão” (Fragoso, Amaro e Seula, 2021, p. 256-257). Analisando de forma comparativa a performance de um *pro-player* no âmbito competitivo e também no seu canal de *streaming* particular, avaliam que o comportamento do jogador se altera: nos campeonatos, é sério, concentrado, falando pontualmente com seus colegas; nas *streams* individuais, dramatiza as emoções, fala de

produtos e marcas, e assume uma figura de “patriarca” de sua comunidade virtual, a qual chama de família e, seus membros, de filhos (Fragoso, Amaro e Seula, 2021).

Abordando questões de gênero na atividade, Silva, Flor Júnior e Alves (2021) trazem acerca dos estereótipos de gênero e a performance de masculinidade presentes no *live streaming*, analisando o rompimento destas pela performance *drag* nas plataformas. Os autores também apontam o *streaming* enquanto possibilidade de criar comunidades acolhedoras, e de expressão de identidades para além da masculina heteronormativa; a presença da *streamer* drag queen existe nas *lives* “abrindo espaço para que outras formas ‘estranhas de ser’ assumam posição em frente às câmeras e aos computadores, ao mesmo tempo que exploram os jogos virtuais com outros discursos e possibilidades de performance” (Silva, Flor Júnior e Alves, 2021, p. 130).

Rodrigues (2023), de forma similar, pesquisando acerca da experiência de lazer de pessoas LGBTQIN+¹² na Twitch, encontrou que a plataforma possibilita um campo de ampliação das possibilidades de interação social para tais pessoas, o que, conseqüentemente, viabiliza a manifestação de identidades não-heteronormativas e a construção de redes de apoio. Apesar disso, também salienta que tais grupos são frequentemente alvo de mensagens de ódio voltados ao seu pertencimento à comunidade LGBTQIN+, sem ter amparo da plataforma para se proteger ou inibir tais ataques. Além do mais, o autor observa que as demandas de caráter laboral que se põe sob aqueles que realizam o *live streaming* torna a atividade um desafio que consiste em “[...] equilibrar o prazer de jogar videogame com a responsabilidade de manter uma transmissão interativa e atrativa para a audiência” (Rodrigues, 2023, p. 91). Para o autor, a forma como a monetização da atividade é posta pela Twitch e pelos patrocinadores demanda um movimento de empreendedorismo individual, no qual *streamers* se submetem a cargas horárias exaustivas e também reprimem sentimentos julgados como negativos, visto que estes não são bem-vistos comercialmente falando (Rodrigues, 2023).

Sousa (2019), em sua tese de doutoramento, investigou o funcionamento do discurso sobre o jogo na plataforma Twitch. Analisou que o *streamer* é um sujeito que se constitui na lógica de mercado, tendo seu discurso atravessado por ideais de liberdade e empreendedorismo, sendo cooptado - através de seu próprio comprometimento - pelas expectativas da plataforma (Sousa, 2019). Apesar de não ser o foco de seu trabalho, Sousa (2019) traça também reflexões acerca da precarização do trabalho na Twitch. O autor afirma

¹² Utilizamos aqui a sigla conforme trazida pelo autor em seu estudo (Rodrigues, 2023).

que o jogar, na lógica capitalista, é marcado por uma visão de desperdício de tempo produtivo; porém, a ideia de “ganhar dinheiro fazendo o que ama” promove o engajamento do jogador ao trabalho de *live streaming*, na qual o sujeito passa a aderir “[...] a uma rotina de produção de transmissões, [...] podendo ter ciência, ou não, de que estaria, na verdade, aderindo a uma forma de trabalho precarizada” (Sousa, 2019, p. 119). Para o autor (Sousa, 2019), a transformação do tempo de lazer em tempo produtivo facilitaria a aceitação da falta de direitos na atividade do *live streaming*.

V. Alves (2021), no âmbito da sua pesquisa de mestrado, buscou situar o *live streaming* no campo do trabalho. Refletindo acerca das mudanças ocorridas no capitalismo nas últimas décadas, questionou se o trabalho de *streamer* se trata de uma alternativa ao trabalho precarizado ou apenas mais uma manifestação deste (V. Alves, 2021). O autor (V. Alves, 2021) afirma que a profissão *streamer* surge da instabilidade/liberdade, do individualismo das demandas e da ascensão do indivíduo enquanto empreendedor promovidas pelo projeto neoliberal; ou seja, nasce da condição precarizada de trabalho, mas se colocando e sendo visto enquanto uma alternativa. Assim, a partir de entrevistas com oito *streamers* da Twitch, Alves conclui que o *streamer* se situa dentro do precariado¹³, visto que se encontra em “[...] uma realidade de trabalho submetida a mandos e desmandos não somente da empresa Twitch, mas também a dependência significativa da opinião pública formada sobre o trabalhador digital, que advém dos espectadores” (2021, p. 106).

Silva (2022), por sua vez, trouxe uma análise da atividade na Twitch a partir da perspectiva do Direito do Trabalho. Para a autora, os *streamers* integram o processo produtivo da plataforma, mas são perpassados pela insegurança financeira e, simultaneamente, pelo prazer trazido pela atividade. Silva (2022) também observou características problemáticas do trabalho de *streamer*, como jornadas de trabalho extensas, ausência de folga e/ou férias, inexistência de remuneração mínima, desequilíbrio de poder de controle favorecendo a plataforma, trabalho de menores de 18 anos e falta de organização coletiva da atividade. Também foi a única pesquisa encontrada que menciona consequências da ocupação para a saúde do *streamer*, trazendo que nas entrevistas percebeu relatos de adoecimento físico e mental relacionados à atividade (Silva, 2022). A autora ainda enfatiza a necessidade da regulamentação da atividade para a garantia dos direitos mínimos de trabalho aos *streamers*, afirmando que

¹³ Alves (2021) define precariado a partir de Standing, conceituando-o enquanto uma nova fase da classe trabalhadora, marcada pelo fetichismo do trabalho e por um estado permanente de precariedade; são trabalhadores flexibilizados, sem vínculos estáveis, direitos trabalhistas, identidade de classe ou confiança no Estado.

O exercício de formas de trabalho sem a proteção do Direito do Trabalho possui diversos riscos, como a manutenção do poder apenas na mão da empresa, sem contrabalanceamento desse poder com garantias mínimas, bem como a definição de condições de trabalho unilaterais, como a ausência de pagamento em um prazo determinado, a definição do preço do trabalho de forma excessivamente baixa e a ausência da responsabilização da empresa perante os danos e riscos sofridos pelo.a trabalhador.a (Silva, 2022, p. 179).

Thorstensen (2020) estudou especificamente as relações de troca entre espectador e produtor de conteúdo que se dão na plataforma Twitch. O autor observa que há um trabalho de cuidado sendo desempenhado pelos *streamers*, e que a remuneração destes pela audiência é vista pelos espectadores como uma forma de participação e retribuição pela relação afetiva desenvolvida. Também argumenta que a plataforma também é produtora de tais formas de relações, uma vez que dá os moldes para que estas aconteçam ao mesmo tempo em que “promove, age, trabalha, mesmo que se esforce constantemente para tornar-se invisível sua atuação nesse processo” (Thorstensen, 2020, p. 135). Para o autor, as relações de afeto e cuidado que se dão a Twitch só a interessam na medida em que se traduzem em transações financeiras indissociáveis da plataforma (Thorstensen, 2020).

Notamos, na produção nacional, um foco expressivo nos elementos e mecanismos do *streaming* enquanto ato performático (Montardo *et al*, 2017; Paz, 2017; Paz e Montardo, 2018; Pase, Dallegrave e Fontoura, 2020; Dallegrave, 2020; Amaro, Fragoso e Seula, 2021; Galdino, Silva e Zanotti, 2021; Silva, Flor Júnior e Alves, 2021). Também percebemos preocupações relativas a expressões de gênero e cultura de ódio dentro do meio *gamer* do *live streaming* (Silva, Flor Júnior e Alves, 2021; Rodrigues, 2023). Ademais, foram levantadas problematizações relevantes acerca das características da atividade laboral de *streamers*, como a precarização (Sousa, 2019; Alves, 2021), o desequilíbrio das relações de poder nas plataformas (Alves, 2021; Silva, 2022; Rodrigues, 2023), as relações sociais específicas desenvolvidas e desempenhadas pelos *streamers* com sua audiência (Thorstensen, 2020; Rodrigues, 2023) e os impactos do trabalho para a saúde do *streamer* (Silva, 2022).

As pesquisas encontradas nos dão informações relevantes acerca da atividade e de suas características. A maior parte delas se refere ao *streaming* enquanto forma de trabalho; porém, poucas das produções encontradas no âmbito nacional trazem como foco a questão das condições, organização do trabalho e saúde dos trabalhadores que realizam *live streaming*. Além disso, notamos também que apenas cinco das pesquisas nacionais mencionadas estudam o trabalho do *streaming* pela perspectiva do *streamer*, utilizando-se de entrevistas semiestruturadas (Paz, 2017; Thorstensen, 2020; Alves, 2021; Silva, 2022; Rodrigues, 2023); a maioria o fez pelo trabalho visível desempenhado pelo produtor de

conteúdo, o qual, por sua vez, representa somente parte das atividades laborais envolvidas em ser um *streamer*.

Considerando os aspectos da atividade de *live streaming* levantados até aqui, no próximo capítulo realizaremos uma discussão teórica acerca do contexto na qual esta forma de trabalho ocorre, traçando reflexões acerca de trabalho, sociedade e subjetividade. Estas servirão de base para a pesquisa de campo e as consequentes reflexões realizadas a partir dela, nos permitindo compreender o *streaming* enquanto parte de um contexto sócio-econômico-cultural brasileiro, que permite sua existência e crescimento.

CAPÍTULO 2 – TRABALHO, VISIBILIDADE E MONETIZAÇÃO NAS PLATAFORMAS DE MÍDIA SOCIAL

O conceito de trabalho na contemporaneidade é poroso, instável, impactado por uma série de transformações que refletem as mudanças no capitalismo, especialmente com a transição do modelo fordista para o toyotismo e, mais recentemente, com a reconfiguração proporcionada pelas novas tecnologias digitais. Essas transformações redefiniram não apenas o que significa trabalhar, mas também as formas como as atividades laborais são desempenhadas e impactam até mesmo os processos subjetivos em nossa sociedade. Além disso, a digitalização e plataformização do trabalho causaram transformações também na forma com que nos expressamos, socializamos e subjetivamos, provocando fenômenos novos em nossa sociedade. Sob as lentes da Psicossociologia e da Sociologia Clínica, este capítulo busca estabelecer uma base teórica para a pesquisa de campo, explorando as mudanças nas atividades laborais, nas concepções de sujeito e suas implicações para os sujeitos inseridos nesse cenário dinâmico. Ao compreender as dinâmicas subjetivas e coletivas que permeiam o trabalho contemporâneo, a análise proposta busca fornecer subsídios para investigar, no campo, como os streamers vivenciam, participam e respondem a essas novas configurações estabelecidas.

2.1 Trabalho na contemporaneidade

Definir o que é o trabalho e o que ele significa para os sujeitos e para sociedade nunca foi tarefa fácil; porém, como veremos adiante, tem se tornado uma empreitada cada vez mais difícil. Gaulejac (2024, p. 12), discutindo os sentidos e contradições do trabalho, aponta que este é multifacetado, sendo, ao mesmo tempo, “[...] fator de produção criador de riqueza para si e para a sociedade (no registro do fazer), um elemento central para adquirir meios de subsistência e acessar a proteção social (no registro do ter) e uma das vias para existir, se desenvolver e se realizar (no registro do ser)”. Assim, além de ser a forma de acesso aos meios de vida, pelo trabalho também obtemos um lugar social, uma identidade, o reconhecimento de nossos pares (Gaulejac, 2024). Dejours (2011a, p. 448) compreende o trabalho como uma “atividade coordenada útil”, a qual vai além do emprego assalariado; para o autor,

“a atividade” [...] implica um objetivo a ser cumprido, e ainda um possível afastamento de uma tarefa prescrita. O aspecto “coordenado” pode remeter a um

coletivo de trabalho, ou ainda a relações sociais, julgamentos de terceiros, a filiação a uma comunidade profissional etc. Quanto à “utilidade”, posso apenas insistir novamente sobre o caráter fundamentalmente estruturante dos julgamentos nesta esfera”.

Viana Braz (2021, p. 55), de forma complementar, enfatiza que o trabalho deve ser compreendido enquanto uma “categoria sócio-histórica, híbrida e multifacetada”; dessa maneira, além de considerarmos a função e o sentido do trabalho para o sujeito, é importante nos atentarmos também para o processo histórico de construção da concepção e estado do trabalho no contexto brasileiro.

Viana Braz (2021), em uma digressão histórica, aponta que a associação de trabalho-emprego se desenvolve a partir das Revoluções Industriais, nos séculos XVIII e XIX, momento no qual a produção industrial massificada se expande e o trabalhador deixa de ocupar uma posição de protagonismo em seu próprio trabalho, já que agora a concepção do produto e sua produção se tornaram trabalhos separados realizados por diferentes indivíduos. Este processo, por sua vez, se intensifica com o fordismo e o taylorismo no início do século XX, que estabelecem uma nova forma de gestão caracterizada pela “centralização do poder, compartimentalização radical do trabalho, diminuição das interfaces entre tarefas, vigilância e controle rígido sobre o tempo mediante sanções e punições” (Viana Braz, 2021, p. 56).

Com a internacionalização da economia após a Segunda Guerra Mundial, a crise do petróleo nos anos 70 e a subsequente entrada do Japão no mercado global, o toyotismo se difundiu como o modelo mais eficaz de produção, estabelecendo novo modelo de gestão para as indústrias (Viana Braz, 2021, p. 58-59):

O paradigma da qualidade total se servia da reprodução de estratégias globalmente difundidas no meio industrial, mas integrava também em sua gestão novos padrões de informatização, automação, bem como colocava em primeiro plano a alta valorização da qualificação técnica e da multiprofissionalização. Superando a dissociação taylorista entre concepção e execução do trabalho, o toyotismo se construiu mediante processos enxutos, flexíveis e instaurou novos padrões de competição no mercado internacional.

Tais padrões geraram respostas no sentido de enxugar custos e expandir lucros, cada vez mais rápido. O trabalhador, agora visto enquanto “capital humano”, é um custo a ser reduzido, seja pela via do *downsizing*, da flexibilização do seu trabalho ou do aumento da eficiência deste (Viana Braz, 2021).

A história do trabalho no Brasil, porém, sempre foi perpassada pela informalidade e precariedade. Elementos trazidos como novos para pesquisadores europeus, como a

flexibilização, a informalidade e a economia de “bicos”¹⁴ (Woodcock e Graham, 2020), marcam a realidade trabalhista brasileira mesmo antes do avanço do neoliberalismo e do uso de novas tecnologias (Abílio, 2021). Manzano, Krein e Abílio (2023), abordando a temática da informalidade do trabalho no cenário brasileiro, apontam que há uma desigualdade estrutural na formalização (ou não) dos trabalhadores, perpassada pela não-incorporação da população preta no mercado de trabalho após 400 anos de regime escravocrata, assim como um esforço estatal voltado ao desenvolvimento econômico, e não à organização do mercado de trabalho; Viana Braz (2021) também salienta que o processo de industrialização em nosso país é recente, assim como a Consolidação das Leis de Trabalho (CLT), instituída em 1943.

O Estado, que seria responsável por garantir e fiscalizar o cumprimento dos direitos do cidadão, é também submetido ao mercado global e à economia financeira, e trabalha no sentido de satisfazê-las. O foco na economia e não no trabalho, como apontado por Manzano, Krein e Abílio (2023), é fruto da adoção de uma política neoliberal de que a falta de empregos formais seria ocasionada pela rigidez das leis e direitos trabalhistas. Tal máxima culminou, em um período de crise política e econômica no Brasil, na Reforma Trabalhista em 2017, a qual, simultaneamente, não protege os trabalhadores informais, reduz os direitos do trabalhador formalizado e atenua a diferenciação entre ambos, pela via da fragilização do emprego (Manzano, Krein e Abílio, 2023).

Abílio, Amorim e Grohmann (2021, p. 30) afirmam que a informalidade no Brasil se situa em um processo de informalização, que se manifesta pela “perda de formas estáveis, contratualmente estabelecidas, socialmente acordadas sobre as regras que regem o trabalho”, processo este que favorece e se exprime pela dificuldade em reconhecer o que é trabalho e suas definições de tempo, espaço e remuneração. Ademais, atualmente a informalidade é a principal forma de geração de renda (ainda que baixa) e de ocupação (ainda que precária), sendo que o processo de informalização segue em expansão no país (Manzano, Krein e Abílio, 2023).

Praun (2023) reconhece, no mesmo sentido, uma flexibilização do trabalho no Brasil a partir dos anos 80 e 90, indo contra um processo de busca por formalização e assentamento dos direitos trabalhistas no século XX. Para a autora, com a financeirização e a mundialização do capital e a progressiva globalização da economia nacional, há a transformação paulatina das características do trabalho e de suas relações no Brasil: o trabalho e seus contratos se tornam flexíveis, adaptáveis, informais, autogeridos,

¹⁴ “*Gig economy*”, no original (Woodcock e Graham, 2020)

fragmentados e dispersos, dificultando que os trabalhadores se situem; existem enquanto “sujeitos ao acaso”, ou seja, são posicionados em situação de precariedade, instabilidade e desamparo, sem a possibilidade de projetar-se no futuro (Praun, 2023). A flexibilização do trabalho e a visão do trabalhador enquanto capital humano alteram a natureza das atividades, uma vez que “à medida que os processos se tornaram menos rígidos, exigiu-se dos trabalhadores identidades flexíveis, polivalentes, com alta capacidade de adaptação. A flexibilização se impôs como síntese ordenadora dos modos de sociabilidade do cenário de trabalho atual” (Viana Braz, 2021, p. 64).

Ainda acerca da Reforma Trabalhista de 2017, esta introduz um novo elemento que aprofunda a informalização do trabalho no Brasil: a pejetização¹⁵. Manzano, Krein e Abílio (2023, p. 241) explicam que o termo deriva da sigla PJ (pessoa jurídica), apontando que ocasiona a “[...] transformação do trabalhador a um prestador de serviços que se apresenta legalmente enquanto pessoa jurídica, estando então desprovido de direitos e proteções trabalhistas”. Com isso, não há mais o reconhecimento do vínculo empregatício, pois o trabalhador passa a ser visto enquanto um prestador de serviços (Manzano, Krein e Abílio, 2023). Sendo afastado do papel de trabalhador - ainda que desempenhe funções trabalhistas como antes -, o sujeito progressivamente vai sendo aproximado da figura do empreendedor. Observando tal fenômeno, Abílio, Amorim e Grohmann (2021, p. 47) afirmam que o empreendedorismo se enquadra enquanto “[...] um operador ideológico, e também gerencial, do capital sobre a classe trabalhadora, que cria um novo e sedutor léxico de coerções e consensos, ao mesmo tempo que transfere ao trabalhador toda a carga de responsabilidades sobre o erro e o acerto”.

Dardot e Laval (2016) identificam o neoliberalismo como uma racionalidade que organiza as relações humanas, impondo um modo de vida competitivo, individualizado e que responsabiliza os indivíduos pelas desigualdades sociais e fracassos pessoais. Segundo os autores, essa racionalidade “muda até o indivíduo, que é instado a conceber a si mesmo e a comportar-se como uma empresa” (p. 16). O neoliberalismo instaura uma nova forma de governo dos indivíduos, que implica, necessariamente, na internalização de suas normativas para alcançar tal governo na liberdade do sujeito, ou seja, através do autogoverno, mudando a relação que o indivíduo tem consigo mesmo. A subjetivação do indivíduo passa, assim, pela lógica empresarial, conforme as demandas do mercado e a necessidade do sujeito em

¹⁵ Também chamada de “PJotização” por Manzano, Krein e Abílio (2023).

participar dele. A empresa não é apenas enaltecida na racionalidade neoliberal; ela se torna o objetivo de ser do sujeito contemporâneo.

Para Viana Braz, Mendes e Ferreira (2022, p. 764), por meio deste processo “[...] a gestão se coloca hoje como imperativo categórico: devemos gerir nosso tempo, nossa saúde, nossas emoções, finanças, carreiras, nossa família etc.”. A racionalidade empreendedora anda junto com a ideologia gerencialista, assegurando a adesão dos trabalhadores ao modelo estabelecido e escamoteando os conflitos nas relações trabalhistas, através de um discurso que coloca as empresas enquanto neutras e as relações entre trabalhador e organização enquanto de iguais (Abílio, Amorim e Grohmann, 2021; Viana Braz, Mendes e Ferreira, 2022). O trabalho e a pressão são intensificados em prol de resultados a curto prazo, naturalizando o estresse e a competição, visto que cada trabalhador agora luta pela sua relevância no mercado financeirizado - tal como uma empresa o faz. Antunes (2023, p. 37) fala em uma metamorfose na classe trabalhadora, pautada na subjetividade gerencial e empresarial, que agora deve “imaginar seu modo de vida como uma forma de *empresariamento*, uma espécie de *burguês-de-si-próprio*”; porém, como observa o autor, este empreendedor que surge não é autônomo ou livre, mas sim é o “empreendedor-proletário”, que segue subjugado às organizações e ao capital, mas em uma competição e autogestão sem fim (Antunes, 2023).

A gestão, como exposta pela análise de Gaulejac (2007), vai além de um conjunto de técnicas voltadas para otimizar o funcionamento das organizações. Embora muitas vezes apresentada como neutra, pragmática e não ideológica, a gestão é vista como um sistema de organização do poder, fundamentado em uma visão de mundo e um conjunto de crenças específicos que tem como primazia a rentabilidade financeira, a produção da adesão e mobilização psíquica dos trabalhadores (Gaulejac, 2007). Para o autor, a gestão se tornou a ideologia dominante em nossa sociedade, influenciando não apenas as práticas de organizações, mas também a vida cotidiana e nossa relação com nós mesmos; e, por este motivo, o autor a nomeia enquanto poder e ideologia gerencialista. Segundo o autor, a ideologia gerencialista

trata-se não tanto de regulamentar o emprego do tempo e de quadricular o espaço, e sim de obter uma disponibilidade permanente para que o máximo de tempo seja consagrado à realização dos objetivos fixados e, além disso, a um engajamento total para o sucesso da empresa. Trata-se, portanto, sempre de constituir um tempo integralmente rentável (Gaulejac, 2007, p. 110).

A expansão das tecnologias de informação e comunicação (TIC) foi um importante fator que deu ferramentas a este processo de dispersão, flexibilização e vigilância do trabalho. Viana Braz (2019, p. 65) observa que, com o avanço da ideologia gerencialista e da inserção das tecnologias na indústria, “a atividade passa a ser cada vez mais mediada pela tecnologia e por sistemas de prescrições. Exige-se do trabalhador que seja flexível, reativo, que tenha paixão pelo risco. [...] Espera-se que o trabalhador produza cada vez mais, com cada vez menos recursos e no menor tempo”. Tal fenômeno, que se inicia em meados dos anos 70 - principalmente nos anos oitenta e noventa no Brasil -, convencionou-se nomear de “revolução digital”, referindo-se a inserção das TIC e as transformações que causaram na lógica empresarial capitalista, mudando o regime de acumulação de bens para a financeirização, e modificando profundamente e permanentemente as atividades produtivas em nossa sociedade (Scolari, 2023; Gaulejac e Hanique, 2024).

Huws (2018) analisa que o sistema capitalista, a cada crise, se reorganiza principalmente a partir da reestruturação do trabalho e da criação de novas mercadorias; segundo a autora, com a crise de 2008, o trabalho foi reestruturado a partir do uso das novas tecnologias com o objetivo de

[...] padronizar e simplificar tarefas, quebrar o poder dos sindicatos que representam os trabalhadores qualificados e introduzir uma nova força de trabalho para realizar as atividades destes de maneira mais barata, com contratos mais instáveis e utilizando um exército industrial de reserva que está localizado, em grande parte, no Sul Global (Huws, 2018, p. 11-12)

Para Gaulejac e Hanique (2024, p. 52), a revolução digital provocou transformações nos mais diversos registros da vida humana, “seja na construção de laços sociais, nos modos de comunicação, na relação com o espaço, com o tempo, com o trabalho ou no funcionamento das organizações”. Os autores observam ainda uma desterritorialização das relações sociais, culturais e de trabalho; a fragmentação e globalização da informação; a necessidade de polifuncionalidade e simultaneidade; e a imposição de um “curto-prazismo” (Gaulejac e Hanique, 2024). A suposta liberdade de fazer qualquer coisa, em qualquer lugar e a qualquer momento, otimizando e desterritorializando nossas atividades, carrega um lado sombrio: a dependência em plataformas e a exacerbação das demandas.

A flexibilização, a informalização, a ideologia gerencialista, a racionalidade empreendedora e a revolução digital dão as bases para outro processo, mais recente, que tem modificado e fragilizado as relações de trabalho no Brasil e no mundo: a plataformização do trabalho.

2.2 Plataformização do trabalho

Gaulejac (2024), definindo o trabalho e seus sentidos, afirma que a relação com o ato do trabalho em si é alterada a partir da dependência das novas tecnologias, tornando a atividade difícil de precisar, abstrata demais, perdida em uma produção sistemática, tornando mais difícil de descrever, no fim das contas, o que é o trabalho. Para o autor, a eficiência produtiva promovida pelo taylorismo é exacerbada com o uso de novas tecnologias de comunicação, mudando inclusive a relação com o tempo produtivo, uma vez que “todo tempo ‘morto’ pode ser imediatamente preenchido por uma outra atividade” (Gaulejac, 2007, p. 111). Antunes (2023) analisa que a financeirização do capital tem como parte do seu ideário a visão de trabalho enquanto custo a ser reduzido; assim, a introdução das tecnologias digitais é realizada de forma a garantir essa meta: não apenas através da substituição de trabalhadores, como se pensava na expansão da automação industrial, mas principalmente pela expansão da utilização e exploração da forma de trabalho.

Um elemento importante neste processo é o domínio da acumulação de capital por grandes corporações globais que atuam no âmbito digital: as plataformas digitais. Segundo a definição de Srnicek (2016, p. 645¹⁶), plataformas são

infraestruturas digitais que permitem que dois ou mais grupos interajam. Desta forma, elas se posicionam enquanto intermediárias que agrupam diferentes usuários: clientes, anunciantes, provedores de serviço, produtores, fornecedores e até mesmo objetos físicos. Frequentemente, estas plataformas também vêm com uma série de ferramentas que permite a seus usuários construir seus próprios produtos, serviços e mercados.

Grohmann (2020), de forma complementar, salienta que estas infraestruturas digitais estão embasadas em dados e algoritmos, que concretizam a extração e acumulação de valor almejada por tais empresas. O autor ainda aponta que estas não são neutras, mas carregam vieses nas suas estruturas de funcionamento; além disso, a oferta implacável de serviços para todos os âmbitos da vida provoca uma progressiva dependência nas plataformas para a realização das mais diversas atividades humanas (Grohmann, 2020). Poell, Nieborg e Van Dijck (2019), revendo o surgimento do conceito de plataforma, seus usos e estudos na academia, propõem que, para compreender e definir o que é plataforma, é necessário levar

¹⁶ Texto original: platforms are digital infrastructures that enable two or more groups to interact. They therefore position themselves as intermediaries that bring together different users: customers, advertisers, service providers, producers, suppliers, and even physical objects. More often than not, these platforms also come with a series of tools that enable their users to build their own products, services, and marketplaces.

em consideração tanto os aspectos mercadológicos, quanto computacionais de sua estrutura e funcionamento; dessa forma, sua definição de plataformas as situa enquanto “infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio da coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados” (Poell, Nieborg e Van Dijck, 2019, p. 3¹⁷).

A partir destas definições - que percebemos enquanto complementares -, pensamos as plataformas enquanto infraestruturas digitais, possuídas e controladas por empresas globais, que funcionam como intermediárias, facilitando interações personalizadas entre diversos grupos, como usuários, anunciantes e provedores de serviço. Isto viabiliza a criação de produtos e mercados, ao mesmo tempo em que utilizam algoritmos para coletar, processar e monetizar dados e atividades; além disso, influenciam práticas culturais e econômicas, criando dependências enquanto carregam vieses em suas estruturas operacionais reprogramáveis.

Abílio, Amorim e Grohmann (2021) enfatizam o aspecto empresarial das plataformas, problematizando a detenção de controle e poder destas sobre infraestruturas cada vez mais necessárias para a existência social. A este processo de dependência das plataformas, deu-se o nome de plataformização (Grohmann, 2020; Abílio, Amorim e Grohmann, 2021; Praun, 2023). Poell, Nieborg e van Dijck (2019, p. 5 - 6¹⁸), de forma mais específica, definem plataformização enquanto “[...] a penetração de estruturas, processos econômicos e estruturas governamentais de plataformas digitais em diferentes setores econômicos e esferas da vida, bem como a reorganização de práticas culturais e imaginações acerca dessas plataformas”.

O trabalho, que já vinha sendo precarizado e flexibilizado, passa por um processo de desmantelamento dentro das plataformas, sendo, muitas vezes, difícil de ser reconhecido enquanto trabalho. Isso porque os aspectos que antes marcavam uma atividade de trabalho, passam a se perder na gestão algorítmica e autogestão do trabalho nas plataformas. Praun (2023, p. 256), nesse sentido, afirma que

A expansão da plataformização do trabalho tem impulsionado um conjunto de práticas de gestão voltadas a *naturalizar* a ausência de contrato formal de trabalho; *eliminar*, com a instituição do pagamento por tarefa ou atividade executada, a relação salarial; e *anular* fronteiras entre trabalho e não trabalho, ressignificando assim a noção de jornada de trabalho.

¹⁷ Texto original: (re-)programmable digital infrastructures that facilitate and shape personalised interactions among end-users and complementors, organised through the systematic collection, algorithmic processing, monetisation, and circulation of data.

¹⁸ Texto original: the penetration of infrastructures, economic processes and governmental frameworks of digital platforms in different economic sectors and spheres of life, as well as the reorganisation of cultural practices and imaginations around these platforms.

Além disso, ao ideal de sujeito empresarial difundido na racionalidade neoliberal, alia-se um discurso de “liberdade” e “autonomia” nestas plataformas: trabalhar quando quiser, como quiser, se quiser. Para Scolari (2023), estas empresas-plataformas estão em constante contradição entre autonomia e controle. O discurso de que a plataforma serve apenas enquanto um meio para que o trabalhador - chamado de usuário ou “parceiro” - entre em contato com os clientes, ao mesmo tempo que promove a ideia de autonomia do trabalhador, que não tem um chefe e supostamente “agiria por si mesmo”, desresponsabiliza a plataforma da relação trabalhista. Scolari (2023) salienta que essa autonomia, além de carregar tal função legal para a plataforma, também é, em si, uma falácia: os trabalhadores plataformizados são dirigidos por regras, metas e algoritmos das plataformas. Isto demanda que os trabalhadores se ajustem constantemente ao que o aplicativo/plataforma/empresa espera, valoriza e remunera; caso não faça esta autogestão, corre o risco de sofrer sanções obscuras, porém bastante prejudiciais ao seu sustento financeiro (Scolari, 2023). Gaulejac e Hanique (2024, p. 130), falando da ideia contemporânea de liberdade dirigida no trabalho, apontam que esta é paradoxal, uma vez que

[...] os trabalhadores são tanto mais encorajados a exercer a sua autonomia, a tornarem-se responsáveis, quanto mais interiorizar os valores gerados pelo sistema de classificação que avalia o seu “desempenho” e lhes dá reconhecimento. Quanto mais “livres” forem, maior será a probabilidade de cada um produzir por si próprio os comportamentos desejados. Eis o surgimento de uma nova forma de servidão voluntária na era da hipermodernidade.

Mas, como lembra Antunes (2023), apesar deste modo de subjetivação e sujeição empresarial e gerencial dos trabalhadores que favorece e é favorecido pelo capital, a precarização vivenciada pelo proletariado não passa despercebida por este, muito menos sem resistências: já foram realizadas formas organizadas e tradicionais de oposição à exploração e demanda por direitos trabalhistas a partir de greves, paralisações e mobilizações (Grohmann, 2020; Woodcock, 2023), organização em sindicatos de trabalhadores plataformizados/de aplicativo (Grohmann, 2020), criação de cooperativismo de plataforma, plataformas colaborativas ou plataformas controladas por trabalhadores (Grohmann, 2023); também há outras formas de resistência e organização coletivas, novas e em desenvolvimento para responder a esta maneira recente de organização e exploração do trabalho (Woodcock, 2023). Grohmann (2023, p. 447) enfatiza que, “os trabalhadores plataformizados não são inorganizáveis nem meros efeitos das estruturas sociais, mas constroem táticas e estratégias para atuar no cotidiano do trabalho, enquanto fissuras algorítmicas”. O processo de plataformização do trabalho é recente e ainda bastante nebuloso, e leva tempo para que haja o

reconhecimento dos trabalhadores enquanto classe organizada (Woodcock, 2023), mas respostas já vêm sendo construídas, estabelecendo um registro de que o trabalho de plataformas “[...] têm suas ‘disfunções’ e contradições, gerando crescente descontentamento entre seus ‘colaboradores’ e ‘empreendedores’”, respostas estas que só tendem a se ampliar (Antunes, 2023, p. 38).

Nesse contexto de plataformização, porém, certas formas de atividade - que apesar de gerarem valor para a plataforma e demandarem dedicação, técnica e ação de quem as faz -, são ainda mais diferentes do que tradicionalmente entendemos por trabalho, sendo mais difíceis de serem reconhecidas como tal. Se associam ao lazer, à socialização, à expressão, ao prazer e ao desejo do sujeito que as realiza, à ganhos em capitais para além do financeiro, ou mesmo à ideia de um dia obter delas remuneração que permita uma libertação do trabalho tradicional. Estas formas de trabalho, que misturam consumo e produção, existem nos mais diversos setores sociais, mas soerguem, em especial, um tipo de empresa que deflagra grande crescimento financeiro global: as plataformas de mídia social.

2.3 Plataformas de mídia social, o trabalho do consumidor e a produção de conteúdo por usuários

Entendemos as plataformas de mídia social usando da definição de Gillespie (2018b, p. 18-20¹⁹), que as demarca enquanto

sites e serviços online que a) hospedam, organizam e circulam o conteúdo compartilhado por usuários ou suas interações sociais, b) sem terem produzido ou encomendado (a maior parte) desse conteúdo, c) construídas sobre uma infraestrutura, abaixo dessa circulação de informações, para processar dados para atendimento ao cliente, publicidade e lucro. Em grande parte, as plataformas não criam o conteúdo; mas elas fazem escolhas importantes sobre ele. [...] d) as plataformas moderam, e devem moderar, o conteúdo e a atividade dos usuários, usando alguma logística de detecção, revisão e aplicação de regras.

Antes mesmo de entrarmos na discussão de trabalho em tais plataformas - mas de certa forma, já abordando-a indiretamente -, cabe discutirmos dois termos bastante utilizados para se referir às pessoas que circulam neste tipo de plataforma: usuário e produtor. O que é um “usuário” e o que é um “produtor” em uma plataforma de conteúdo gerado por usuário é

¹⁹ Texto original: “online sites and services that a) host, organize, and circulate users’ shared content or social interactions for them, b) without having produced or commissioned (the bulk of) that content, c) built on an infrastructure, beneath that circulation of information, for processing data for customer service, advertising, and profit. For the most part, platforms don’t make the content; but they do make important choices about it. [...] d) platforms do, and must, moderate the content and activity of users, using some logistics of detection, review, and enforcement”

difícilmente definível e separável. Poderíamos apelar para uma perspectiva simplista em que usuário é quem apenas consome o conteúdo, enquanto produtor é aquele que o gera o conteúdo disponibilizado por tal empresa. Porém, as linhas que dividem estas duas categorias são nubladas e difíceis de serem demarcadas. Huws (2018), refletindo sobre o processo de precarização do trabalho através do uso de TIC, aponta que tal fenômeno não se dá apenas com o trabalho tradicional. Para a autora, o processo de digitalização permite e favorece a “[...] transferência de algumas das tarefas do trabalhador remunerado para o consumidor não remunerado, criando novos tipos de ‘trabalho de consumo’” (Huws, 2018, p. 15). Dujarier (2015) reflete sobre esta confluência a partir da ideia de trabalho do consumidor. Para a autora, consumo e trabalho foram separados principalmente a partir da revolução industrial, em que o ato de consumir passou a ser associado ao prazer que justificaria a precarização e exploração do trabalho (Dujarier, 2015). Assim, a ideologia gerencialista e a racionalidade neoliberal são fomentadas pela democracia do consumidor: me doo intensamente ao meu trabalho, pois nele obtenho os meios de existir pelo consumo.

Dujarier (2015), desnaturalizando a divisão do binômio consumo-produção, volta seu olhar às plataformas digitais, e vê nelas o que chama de “colaboração coprodutiva” (p. 464)²⁰, processo esse no qual o consumidor - ou usuário - das plataformas se engaja na produção dos conteúdos que esta capitaliza, seja através da comodificação dos dados extraídos dos usuários, seja através de venda de espaço para anunciantes. Podemos adicionar aqui ainda outros meios de financeirização desta coprodução colaborativa, como o pagamento de assinaturas ou doações feitas por usuários e mediadas pelas plataformas, como ocorre na Twitch e no Youtube, por exemplo. O uso massivo de tais plataformas perpassa a já realizada discussão acerca da plataformização: “serviços que usam coprodução colaborativa tem tido um tremendo e meteórico sucesso social visto que são considerados úteis, prazerosos ou práticos” (Dujarier, 2015, p. 464)²¹. A produção de conteúdo, por sua vez, se dá como uma forma de participação deste espaço social utilizando dos capitais que o sujeito dispõe, seja financeiro, cultural ou social, podendo se dar como uma atividade que busca se tornar/se torna uma forma de renda para o sujeito, ou de ampliar o capital social via contatos e visibilidade, ou, simplesmente, como forma de interagir e se beneficiar das possibilidades oferecidas pelas plataformas (Dujarier, 2015).

Karhawi (2020), em sua pesquisa com blogueiras e influenciadoras digitais, enfatiza a

²⁰ “Collaborative coproduction”, no original.

²¹ Texto original: Services using collaborative coproduction have had tremendous and meteoric social success as they are considered to be useful, enjoyable, or practical. Moreover, they are free or sold at prices far below what the professionals are asking. There are, therefore, good reasons for becoming a consumer

importância de uma visão complexa do lugar do produtor de conteúdo. Segundo a autora, “as divisões entre os públicos nas redes e os emissores de informação ou formadores de opinião foram extrapoladas”, visto que estas novas formas de atividade, trabalho ou profissão “rompe de antemão quaisquer dicotomias” (Karhawi, 2020, p. 26). Assim, hobby e trabalho, lazer e profissionalização se misturam na amálgama dificilmente separável ou seccionável que é o produtor de conteúdo. As próprias plataformas têm boas razões para manter a ideia de um usuário ou, no máximo, “produtor” e/ou “criador”, e não se aproximar da nomenclatura de “trabalhador”, o que poderia explicitar a relação de expropriação e/ou favorecer a demanda por remuneração e direitos trabalhistas. Assim, o trabalho do consumidor é a realização do sonho capitalista: pessoas fazendo o que gostam, enquanto consomem e geram valor, sem receber nada/pouco por isso. De forma similar à Dujarier, Karhawi aponta que esta fusão, ao nível do sujeito, cria uma nova possibilidade de ser:

Somar variáveis como facilidade de acesso e uso, motivações internas, publicação irrestrita, consolidação de públicos, legitimação e reputação resulta em um novo personagem contemporâneo, que, hoje, vive em uma linha tênue entre ser apenas um internauta usufruindo ao máximo as possibilidades oferecidas pela web e ser um novo profissional (2020, p. 25).

Karhawi (2020) argumenta que, além das facilidades, prazeres e promessas das mídias digitais, o surgimento de blogueiras e influenciadoras só é possível a partir de uma recente mudança na forma com que nos entendemos e nos colocamos no mundo. Estes processos são nomeados por Bruno (2013) - a partir de acepções foucaultianas e deleuzianas - enquanto regimes de visibilidade, os quais são característicos de cada período da história da humanidade, e consistem “não tanto no que é visto, mas no que torna[m] possível o que se vê” (p. 15). Partindo da definição de Foucault de poder disciplinar, Bruno (2013) observa que, na modernidade, o regime de visibilidade é pautado pela disciplina, pela vigilância, pelo controle exercido pelas instituições e direcionado aos indivíduos, que devem ser dóceis, obedientes e produtivos; “o olhar está voltado para sobre quem o poder deve ser exercido”, como observa Karhawi (2020, p. 39). Bruno (2013, p. 56) afirma que, neste momento, o espaço público é associado à disciplina, “à interdição e à norma, enquanto a esfera privada afirma-se como um lugar que pode escapar da penetração da ordem pública na vida cotidiana e como refúgio onde convivem intimidade e liberdade”. O olhar disciplinar do outro vai sendo progressivamente interiorizado, pautando uma autovigilância que rege não apenas o comportamento público, mas também o privado. Como demarcado por Bruno (2013, p. 57), “as instituições disciplinares, que encontram seu modelo ideal no panóptico, são máquinas de ver que produzem modos de ser”.

Na contemporaneidade, porém, o regime de visibilidade é marcado pela exposição do eu, transformando a subjetividade ao deslocá-la da interioridade (o privado, o íntimo, o verdadeiro) para a exterioridade (pública, aparente, visível). Com a comunicação em massa, o poder e a visibilidade se transferem para o ser visto, na qual inicialmente a elite é o alvo da visibilidade e, posteriormente com as tecnologias comunicacionais, a vida cotidiana privada passa a ser vista (Bruno, 2013). O olhar do outro ganha valor renovado, sendo priorizado na construção do que se entende por “eu”. A internet borra as fronteiras entre público e privado, entre intimidade e vigilância: o lugar da construção de uma imagem de si para o outro é o mesmo da vigilância e controle, com a coleta, registro, classificação e comercialização dos dados em plataformas sociais (Bruno, 2013). Além disso, a internet tornou possível que espectadores passivos e anônimos das mídias tradicionais se tornassem produtores de sua própria mídia e, o mais importante aqui, sua própria visibilidade. Esta, no contexto das plataformas, é alicerçada na autopromoção de uma imagem de si e na intimidade. Como argumenta Bruno (2013, p. 59),

Na Internet, ampliaram-se ainda mais as tecnologias do ver e do ser visto, tornando os indivíduos ao mesmo tempo mais sujeitos à vigilância e relativamente mais autônomos na produção de sua própria visibilidade, dado que neste caso a exposição de si não está sujeita à autorização e à intervenção de terceiros. Nas atuais plataformas da web 2.0, passamos da tentativa de ingresso na mídia para a possibilidade de o indivíduo ser sua própria mídia e criar, conseqüentemente, seu próprio público.

O ver e o ser visto se tornam necessidades cardeais para afirmação da existência nas plataformas de mídia social. Esse regime de visibilidade depende da participação e exposição constante - o que o diferencia notadamente de mídias tradicionais, como rádio e televisão. Sem isso, ele não prospera. A popularização dos equipamentos eletrônicos de uso pessoal e a expansão do acesso à internet, neste momento, favoreceu o surgimento de tal cultura participativa, na qual a produção de conteúdo não se restringe mais às mídias tradicionais (Karhawi e Prazeres, 2022). A “cultura de participação”, definida por Shirky (2010) como uma forma coletiva de dar vazão ao “excedente cognitivo” social proveniente do tempo ocioso. Para o autor, este tempo livre conquistado com a consolidação de leis trabalhistas foi, por muito tempo, direcionado à televisão; porém, com a internet, a mídia se tornaria agora mais horizontal:

Redes digitais estão aumentando a fluidez de todas as mídias. A velha escolha entre mídia pública de mão única (como livros e filmes) e mídia privada de mão dupla (como o telefone) expandiu-se e inclui agora uma terceira opção: mídia de mão dupla que opera numa escala do privado para o público (Shirky, 2010, p. 47).

Haveria, segundo o autor, um desejo intrínseco de conexão e expressão, e o amplo acesso às mídias participativas da internet dão mecanismos para que isto se constitua de forma a expandir as possibilidades comunicacionais dos sujeitos (Shirky, 2010). Para Shirky, “a mídia social recompensa nossos desejos intrínsecos tanto de participação quanto de compartilhamento” (Shirky, 2010, p. 82).

Esta nova forma de subjetivação, de reconhecimento de si e de outros enquanto sujeito através da externalização e mídiatização, é o que torna possível o surgimento e expansão das plataformas de conteúdo gerado por usuários e as mídias sociais. O ser visto, que com o surgimento e popularização da televisão e do cinema se fez enquanto algo elitizado e desejado, passa a ser alcançável para a grande população, que agora pode compartilhar a vida comum (Karhawi, 2020).

Porém, é imprescindível levarmos em consideração que, apesar da atratividade da ideia de internet como espaço de participação, as plataformas são empresas que possuem poder de decisão, regulamentação, controle, curadoria e monetização sobre a produção de conteúdos realizada nelas; mesmo os trabalhadores de criação de conteúdo não tem voto nas decisões que se dão nelas (Woodcock e Johnson, 2019). Cabe salientar que a ideia de cultura participativa foi desenvolvida por Shirky nos anos 2000 e reflete o momento cultural vivenciado, no qual estes espaços de expressão, socialização e compartilhamento digitais ainda não haviam sido financeirizados da forma intensa com a qual são hoje; logo, não podemos usá-la enquanto explicativa do fenômeno contemporâneo do trabalho de produção de conteúdo, mas nos ajuda a entender as origens e desenvolvimento desta prática.

Para Karhawi e Prazeres (2022, p. 802), o trabalho dos produtores de conteúdo em plataformas se dá como “uma atuação não regulamentada como profissão, amparada no ambiente cultural e nos aparatos tecnológicos e submetida a regras de produtividade e a penalidades características do capitalismo de plataforma”. Essa cultura participativa, segundo Bruno (2013), tem seu lado positivo nas novas formas de produção e compartilhamento de saberes e bens culturais; porém, a autora alerta que, em contrapartida, “esta mesma participação vem sendo capturada e capitalizada, seja de modo a reiterar lógicas comerciais, seja de forma a alimentar processos de vigilância” (p. 126). Tal contexto gera uma dependência dos trabalhadores na plataforma, o que, por sua vez, pode aprofundar a precarização do trabalho. O indivíduo, ao produzir conteúdo nesse meio, se torna sua própria mídia, seu próprio público; mas, também, se submete ainda mais a processos de controle e vigilância ao exercer sua autonomia de produção de sua visibilidade (Bruno, 2013).

Como apontado por Huws (2018), as reorganizações do capital, além de precarizar o trabalho, também criam novas mercadorias, comodificando o que antes não era rentável, o que inclui as produções da cultura participativa:

Está em curso também um processo ativo de mercadorização contínua da arte e da cultura, da natureza e da própria sociabilidade humana. Muitas dessas novas formas de mercadorização foram possibilitadas pelas tecnologias digitais e são, possivelmente, mais visíveis na proliferação do uso de plataformas on-line para gerenciar não apenas a compra, o acesso à cultura e a comunicação social, mas também o trabalho (Huws, 2018, p. 16).

De acordo com Bruno (2013), no novo regime de visibilidade, a vigilância é constante, muitas vezes voluntária, e implica a construção de uma imagem de si - de sua própria subjetividade e personalidade - para o externo, para o olhar do outro. Apesar da maior “autonomia” do sujeito na construção de sua imagem, ela sempre passa pelo crivo da impressão que provoca no outro. Para a autora, a vigilância constante e difusa vivenciada - e socialmente aceita - atualmente se dá porque “o controle social contemporâneo visa diretamente a própria ação, modulando o comportamento pela promessa da otimização da performance e pela exigência de melhores resultados nos diversos planos da vida profissional, pessoal, social etc” (Bruno, 2013, p. 35). A vigilância é, então, aceita enquanto medida de desempenho em vistas de melhora de performance, mas também internalizada e utilizada pelo sujeito em um processo de autovigilância de forma a obter uma otimização de sua performance e valorização de seu capital humano (Dardot e Laval, 2016).

Assim, não nos basta olhar para a produção de conteúdo por usuário enquanto forma de participação, expressão ou sociabilidade; tais processos são mercadorizados pelo capital o que, por sua vez, muda também a relação do sujeito com a atividade e consigo mesmo. Desta forma, confluem-se os processos de participação, plataformização e empresariamento de si, em um contexto específico - e propositalmente frutífero para tal florescimento -, que, como argumentamos a frente, caracteriza uma nova forma de se relacionar consigo mesmo e com os outros na produção de conteúdo online: a monetização de si.

2.4 A monetização de si

Como já abordamos anteriormente, o neoliberalismo, para além de uma ideologia ou regime/sistema/discurso econômico e político instalado na sociedade contemporânea, é, antes de tudo, uma racionalidade, a qual estrutura e organiza a ação de governos, governantes e governados (Dardot e Laval, 2016). Ao pensarmos a racionalidade neoliberal, partimos da

perspectiva proposta por Dardot e Laval (2016), os quais a apontam enquanto uma normativa de vida que nos impõe um modo de viver competitivo, individualizado, responsabilizado pelas desigualdades sociais e fracassos pessoais. É instaurada uma nova forma de governo dos indivíduos que implica na internalização de suas normativas para alcançar tal governo na liberdade do sujeito, ou seja, através do autogoverno, mudando a relação que o indivíduo tem consigo mesmo.

Tais normativas sobre o sujeito se apresentam enquanto uma ética e uma moral, uma prescrição da vida que vale a pena ser vivida. Segundo Cabanas e Illouz (2022, p. 81), as máximas do neoliberalismo que incidem sobre os indivíduos correspondem a que “todos os indivíduos são (e devem ser) seres livres, estratégicos, responsáveis e autônomos, capazes de governar estados psicológicos a seu bel-prazer, de atingir seus interesses e buscar o que entendem ser o objetivo inerente da vida: a conquista da felicidade”. Dessa forma, as mudanças e rupturas provocadas pelo neoliberalismo incidem também - e principalmente - na subjetividade e nos processos de subjetivação do sujeito contemporâneo.

Para Dardot e Laval (2016, p. 326), esse fenômeno produz um novo tipo de sujeito através da “homogeneização do discurso do homem em torno da figura da empresa”. Os autores, discutindo os processos subjetivos implicados na racionalidade neoliberal, apontam que esta instaura uma condição neosubjetiva, na qual a economia é aceita enquanto a lógica que rege as relações, em que toda produção humana pode e deve ser utilizada para ampliação de capital. Se produz, então, uma “relação do sujeito individual com ele mesmo que seja homóloga à relação do capital com ele mesmo ou, mais precisamente, uma relação do sujeito com ele mesmo como um ‘capital humano’, que deve crescer indefinidamente” (Dardot e Laval, 2016, p. 31). A percepção de que há a capitalização de toda expressão humana na contemporaneidade também é sinalizada por Gaulejac (2007, p. 177), o qual afirma que, com o imperativo financeiro do capital,

o Ego de cada indivíduo tornou-se um capital que é preciso fazer frutificar. [...] A gestão gerencialista gera uma rentabilização do humano, e cada indivíduo deve tornar-se o gestor de sua vida, fixar-se objetivos, avaliar seus desempenhos, tornar seu tempo rentável.

Entender-se enquanto capital a ser ampliado afeta a todos os âmbitos da vida, que passam pelo crivo da rentabilidade financeira e/ou utilidade. As relações, as emoções, o lazer, o descanso, o lar, tudo o que antes era diametralmente oposto ao trabalho, não apenas se funde a ele, mas junto ao trabalho se metamorfoseia no ideal econômico. Como apontam Dardot e Laval (2016, p. 330 - 331) acerca do sujeito neoliberal, “todas as suas atividades

devem assemelhar-se a uma produção, a um investimento, a um cálculo de custos. A economia torna-se uma disciplina pessoal”. Em momentos prévios de cultura participativa da internet, havia-se uma ideia de “motivação intrínseca” (Shirky, 2010; Karhawi, 2020) para publicar, criar e compartilhar na *web*, na qual “a própria atividade [era] a recompensa” (Shirky, 2010, p. 60). Hoje, porém, a criação dessa imagem voltada ao outro é naturalizada e incentivada nas mídias sociais, sendo atravessada pela lógica empresarial, e a subjetividade - agora exteriorizada - ganha o novo potencial de ser capitalizada.

De forma um tanto simplista, podemos marcar alguns pontos relevantes para a mercantilização da cultura participativa na internet. Olhando para a trajetória de profissionalização das blogueiras descrita por Karhawi (2020), temos pistas do início deste processo de mudança nos anos 2010, com os conteúdos patrocinados ou “*jabás*” em *blogs*, demarcando o potencial financeiro percebido pelas marcas nas conexões estabelecidas pelas blogueiras com suas leitoras; também temos o crescimento do Youtube e o início do programa de monetização de criadores, em 2007, a partir da venda de espaço para anunciantes (Postigo, 2014); o crescimento das mídias sociais e a venda de dados de usuários e produtores de conteúdo, que tornou tais plataformas extremamente lucrativas e o público constantemente disputado entre elas (Srnicek, 2017; Gillespie, 2018b); e, também, temos a possibilidade da audiência apoiar financeiramente o conteúdo, cujo pioneirismo podemos estabelecer na Twitch (Taylor, 2018). Ainda que de forma simplificada, tais pontos de rentabilização da participação na internet nos indicam que estas atividades, hoje, são marcadas pela financeirização.

Haiven (2016) propõe que há um processo de financeirização em andamento em nossa sociedade. O autor define a financeirização como um processo que se refere ao aumento do poder e da influência do setor financeiro sobre a economia, a política e a vida social, transformando não apenas as práticas econômicas, mas também as relações culturais e sociais. Haiven (2016) argumenta que a financeirização envolve a incorporação de lógicas financeiras em diversas esferas da vida cotidiana, levando a uma reconfiguração das identidades e das práticas sociais. Nesse contexto, a financeirização se manifesta através da crescente dependência de indivíduos e instituições em relação a dívidas, investimentos e práticas de gestão de risco, que se tornam centrais na forma como as pessoas se veem e interagem com o mundo (Haiven, 2016). Os indivíduos, então, “são obrigados a compreender e maximizar os lucros sobre os riscos que eles carregam, transformando as vicissitudes da biopolítica neoliberal em oportunidades para competição individual e ascensão” (Haiven,

2016, p. 51)²².

A financeirização, de acordo com Haiven (2016), não se trata de uma imposição de cima para baixo; mas é fomentada também pelas práticas dos sujeitos em sua vida cotidiana, na produção cultural e reprodução social, em um movimento de dupla-determinação, no qual a economia depende do cultural e a cultura depende da economia. Para o autor, o sistema capitalista não se encontra mais investido apenas na produção de bens materiais, mas também no afeto, nas relações humanas e na comunicação (Haiven, 2016). Haiven (2016, p. 111) ainda afirma que o capitalismo

pode e deve ser visto também como um sistema que funciona para reorientar a reprodução da vida social em direção a sua própria reprodução, cooptando, recrutando e remodelando a maneira com que valores são imaginados e praticados, sob o lema da comodificação, monetização, medição quantitativa e disciplina exploradora.²³

A monetização, então, passa a compor a atividade de produção de conteúdo na internet, perpassando-a de várias formas e em vários níveis. Mesmo que não seja a intenção inicial, criar conteúdo em plataformas está, inevitavelmente, atravessado pelos processos de monetização, que estruturam a atividade, inclusive demarcando um local de reconhecimento e valoração desta. Como observa Gaulejac (2007, p. 171), com a financeirização das relações, “o dinheiro se torna o instrumento da realização de si mesmo”, ocupando o lugar, agora esvaziado, do registro simbólico. Karhawi (2020), analisa a institucionalização da figura da blogueira, afirmando que este processo diz de uma “exigência da sociedade capitalista, da cultura de commodity, em que a padronização é o que define as estruturas de interações sociais”. O que antes era uma expressão amadora de si para uma comunidade, passa a envolver também o mercado, que ativamente se envolve no processo, o que implica rotina, padronização, qualidade, consistência (Karhawi, 2020). Ser monetizado, ter uma produção de conteúdo rentável, passa a demarcar um lugar de sucesso: “quando o mercado adentra as dinâmicas da rede, ocorre uma reinvenção do que é destaque e prestígio: tornar o blog uma fonte de renda não apenas parece a consolidação de um lema geracional de ‘trabalhar com o que se ama’, mas legitimar-se em outras instâncias” (Karhawi, 2020, p. 155).

Em pesquisa com *influencers*, Dias et al., (2023) observaram o processo de empresariamento de si implicado nessa atividade, afirmando que “estes sujeitos não

²² Texto original: Individuals are beholden to comprehend and maximize returns on the risks they bear, transforming the vicissitudes of neoliberal biopolitics into opportunities for individual competition and uplift.

²³ Texto original: can and should also be seen as a system that functions to reorient the reproduction of social life towards its own reproduction by coopting, conscripting and reshaping the way values are imagined and practiced, under the banner of commodification, monetization, quantitative measurement and exploitative discipline.

monetizam apenas publicações ou divulgações, mas também a própria imagem, criando um “eu mercadoria” ou um ‘eu commodity’” (p. 60). A imagem e personalidade se tornam o produto para *streamers* (Woodcock e Johnson, 2017; 2019; Taylor, 2018), *influencers* (Duffy, 2017; Karhawi, 2020; Karhawi e Prazeres, 2022; Dias et al., 2023) e *youtubers* (Postigo, 2014; Duffy, 2017; Dias et. al., 2023).

Um fenômeno marcante deste processo de tornar-se empresa a partir da imagem de si é a criação da marca pessoal, ou *self-branding*. Esta ação de construir uma marca de/para si é frequentemente descrita em pesquisa com criadores de conteúdo (Duffy, 2017; Taylor, 2018; Karhawi, 2020; Dias et. al., 2023), sendo considerada pelos trabalhadores como fundamental para garantir a visibilidade e rentabilidade da atividade. Para Cabanas e Illouz (2022), a marca pessoal é a epítome da autocomercialização; os autores a consideram como “sintoma visível de um processo crescente de responsabilização pessoal, assim como um conceito útil para legitimar um mundo profissional altamente individualizado que ressoa em alto e bom som o *mythos* do sucesso-pelo-próprio-esforço que caracteriza a ideologia neoliberal” (p. 202). A mercadoria passa a ser o eu; esse eu, por sua vez, equivale a um eu autêntico, distinguível, comercializável. Lipovetsky (2007) denuncia que há uma angústia de diferenciação derivada do hiperconsumo, o qual produz um desejo de ser um eu que se diferencia do outro. Cabanas e Illouz (2022) também trazem o consumo enquanto um dos grandes responsáveis pela ideia de um eu autêntico, salientando a função da autenticidade para o mercado visto a propagação da ideia de que o dito eu é formado pelas escolhas individuais, as quais “sempre refletiriam quem as pessoas são de fato e o que elas de fato querem” (p. 199). Para Bruno (2013, p. 54), com as mídias sociais, a autenticidade reside no se fazer ser visto:

A autenticidade migra para a imagem, que faz do referente a sua semelhança; é de controle que se trata e sua face é sorridente – os relógios de ponto e o soar dos sinais das instituições disciplinares não nos deixavam esquecer do tempo e das tarefas a cumprir; as tecnologias de controle hoje não nos deixam parar de sorrir. Lá, a capitalização do tempo. Aqui, a capitalização da felicidade.

Porém, se dedicar às atividades de produção de conteúdo em plataformas não é garantia de remuneração por estas, como vimos no tópico “*Elementos de monetização*”, do capítulo anterior. Como aponta Duffy (2017), para aqueles que desejam seguir carreira na produção de conteúdo em plataformas, esse arranjo de trabalho é demarcado por uma ideologia e prática de “trabalho aspiracional”, na qual o trabalho não-remunerado é realizado na expectativa de um dia ser pago fazendo o que ama. Tal relação obscurece a exploração e contradição presentes na transformação do lazer em trabalho gratuito em prol de um possível

futuro no qual o lazer será remunerado. Kuehn e Corrigan (2013), de forma similar, falam sobre o “trabalho de esperança” realizado nas mídias sociais, na qual a falta de compensação financeira é justificada pela exposição e/ou experiência agregadas na realização deste. “Trabalhe com o que você ama e nunca mais precisará trabalhar na vida” é um lema que circula no imaginário neoliberal e expressa dois pontos essenciais no processo de trabalho aspiracional e/ou de esperança: é preciso rentabilizar as paixões e hobbies, mas sua realização possivelmente não será reconhecida enquanto trabalho. Para Dardot e Laval (2016), a racionalização do desejo encontrada neste discurso leva ao cúmulo da alienação do sujeito empresarial, visto que este não tem qualquer sentimento de estar alienado: acredita estar apenas seguindo seu desejo, sem perceber que este desejo corresponde à voz do Outro falando dentro de si.

Além disso, a ideia de que qualquer um pode ganhar dinheiro na internet fazendo o que ama parte de um ideal meritocrático, o qual oculta, nesta lógica, os diferentes pontos de partida de quem “chega lá”. Dujarier, abordando o trabalho de consumidor nas plataformas, traz um ponto relevante sobre a posição necessária para participar de tal capitalização:

Neste modelo, todos, se ele ou ela tiver os meios, pode se tornar um supridor para outros [...]. Aqui, indivíduos podem fazer o máximo o possível de seu capital (Bourdieu, 1984), seja esse capital econômico (possuir uma casa, um jardim, um carro, etc.), social (conhecidos, *networks*), cultural (habilidades), ou simbólico (Dujarier, 2015, p. 464²⁴)

Os sujeitos nas plataformas de mídias sociais, então, se tornam produtores-produto frente à audiência, dependendo de capitalizar seus atributos pessoais para diferenciá-los dos tantos outros disponíveis para o rápido consumo dos usuários. Utilizando da proposta de Bourdieu, Karhawi (2020, p. 223) analisa que “somente as blogueiras capazes de se destacar e evidenciar suas habilidades, seus capitais, aquilo que somente elas detêm, conseguirão prestígio e legitimação no ambiente digital”; porém, enfatiza o crescimento da quantidade de pessoas realizando produção de conteúdo digital, afirmando que “muitos jovens acumulam o mesmo *quantum* de capital e, por isso, a distinção é cada vez mais complicada de se alcançar (p. 223). Além disso, com a dependência nas plataformas, as atividades de produção de conteúdo estão em constante mudança e adaptação à plataforma dominante e/ou às regras do algoritmo, o que faz com que “outras habilidades e competências passam a ser mais valorizadas e outorgam, automaticamente, mais ou menos distinção em meio às relações

²⁴ Texto original: “In this model, everyone, if he or she has the means, can become a supplier for others [...]. Here, individuals can make the most of their capital (Bourdieu 1984), whether this capital is economic (owning a home, a garden, a car, etc.), social (acquaintances, networks), cultural (skills), or symbolic”.

sociais” (Karhawi, 2020, p. 223) Ao considerarmos a produção de conteúdo em plataforma enquanto uma forma de trabalho, reconhecemos a importância que essa atividade tem na vida das pessoas que se envolvem nela, ainda que seja uma forma de trabalho flexibilizada, precarizada e com formato diferente das formas de trabalho tradicionais com as quais estávamos acostumados.

A atividade de *live streaming* surge em meio a todo este processo e, ainda que de início fosse uma aventura de estudantes universitários localizada na esfera da cultura de participação, de compartilhamento e conexão (Shirky, 2010; Taylor, 2018), já em seu nascimento passou a ser financiada por investidores e financeirizada e, os produtores, monetizados. Sendo propriedade de uma das maiores empresas do mundo no setor de tecnologia - a Amazon -, a plataforma Twitch está subordinada à lógica financeira globalizada, o que estrutura a atividade e as interações e relações que se dão nela. O lazer, o afeto, as relações sociais, o uso de redes sociais e do tempo livre passam a ser subordinados à lógica da monetização da plataforma, mesmo que não seja a intenção inicial, balizando o comportamento e organizando os processos de trabalho do *streamer* (Taylor, 2018; Woodcock e Johnson, 2019; Skardzius, 2020). O *live streaming* se apresenta no centro da amálgama contemporânea de midiaticização, rentabilização do lazer, plataformização e precarização do trabalho e, principalmente, da monetização do sujeito em si.

O uso do termo *monetização* é feito pelas plataformas de conteúdo, e promovido ao invés de remuneração, ou assalariamento, ou pagamento. A palavra, que deriva de “monetizar” e tem seu significado dicionarizado como “fazer moeda” ou “transformar em dinheiro” (Michaelis, 2015), parece demarcar um fenômeno novo em acontecimento no trabalho plataformizado, mas que se ampara em outros processos de precarização em andamento. Ao utilizarmos o termo “monetização de si”, buscamos definir um processo de subjetivação que diz respeito ao momento histórico e social no qual vivemos, processo este que ocorre como fenômeno específico da produção de conteúdo em plataforma. Nos referimos, então, ao movimento realizado pelo sujeito no sentido de valorizar o capital de si mesmo (Dardot e Laval, 2016), através da exposição da intimidade e da midiaticização de si nas plataformas de produção de conteúdo em uma busca ativa por ser visto (Bruno, 2013), na expectativa de que esta visibilidade lhe proporcione capital financeiro, social e simbólico (Bourdieu, 1986; Duffy, 2017; Karhawi, 2020), em um movimento de financeirização das atividades humanas (Haiven, 2016). Consideramos, também, a mercantilização das relações sociais (Huws, 2015), a promoção do trabalho do consumidor (Dujarier, 2018) e os mecanismos de controle e gestão do trabalho das plataformas (Gillespie, 2018b; Grohmann,

2020; Woodcock, 2023). Como aponta Bruno (2013), ao estudarmos formas atuais de socialização e subjetivação, é importante criarmos novas formas de compreensão destas manifestações singulares que tentem dar conta do fenômeno. É isto que buscamos, aqui, ao pôr em discussão a ideia de que o sujeito monetiza a si e as relações sociais que estabelece na produção do *live streaming*.

Ao propormos essa forma de descrição de fenômeno, porém, nos embasamos em descrições do sujeito, da subjetividade e da socialização contemporânea já realizadas, como o conceito de “empresa de si” proposto por Dardot e Laval (2016), da ideologia gerencialista, conceituada por Gaulejac (2007), do regime de visibilidade observado por Bruno (2013), da plataformização de trabalho, apontada por Grohmann (2020) e também da profissionalização na produção de conteúdo conforme descrita por Karhawi (2020). Como aponta Gaulejac (2013, p. 75), “com o desenvolvimento do capitalismo, o Eu de cada indivíduo se tornou um capital a ser frutificado”; e é nessa busca de valorização financeira do capital de si mesmo que se encontra o sujeito monetizado. Assim, estaria a monetização de si, considerando os pontos levantados, sendo um processo em acontecimento no *live streaming*? Desenvolveremos tal hipótese em nossa análise.

CAPÍTULO 3 - PERCURSO TEÓRICO-METODOLÓGICO

Este capítulo é dedicado à orientação teórico-metodológica da pesquisa, bem como ao processo de sua construção e execução. Primeiramente, apresentaremos as abordagens que fundamentam este estudo, a Psicossociologia e a Sociologia Clínica. Em seguida, descreveremos os procedimentos adotados na pesquisa de campo: a etnografia digital e a história de vida laboral. Então apresentaremos, brevemente, os participantes desta pesquisa. Por fim, discutiremos o conceito de análise de implicação, aplicando-o ao nosso trabalho, e introduziremos a análise e os núcleos de sentido resultantes do processo descrito.

3.1 Psicossociologia e sociologia clínica

Assimilamos o trabalho de *streamers* e sua respectiva monetização como um fenômeno social, inserido em outros processos que se desenvolvem simultaneamente em nossa sociedade; por isso, a reflexão e problematização dos dados desta pesquisa será feita a partir dos conceitos apontados no capítulo anterior. Mas também compreendemos a importância de estudar em profundidade os desdobramentos subjetivos da monetização de si para as pessoas que produzem o *live streaming*, assim como o seu papel na construção e execução da atividade e os impactos que esta gera para suas relações sociais, saúde, e identidade. Isto é possível pois, ao adotarmos uma abordagem sócio-clínica, esta

convida a uma abertura teórica, permitindo articular diferentes disciplinas cujo objetivo é apreender o objeto de pesquisa ou a situação de intervenção em seus aspectos subjetivos, sociais, afetivos, sócio-históricos, ao mesmo tempo opostos e complementares, o que caracteriza sua complexidade (Massa, 2025, p. 8).

Desta forma, de modo a aprofundar nossa análise e considerar ambas as esferas - social e individual -, esta pesquisa tem como base teórica a Psicossociologia e Sociologia Clínica. Tais abordagens orientam não apenas a análise e discussão dos dados, mas também a realização do campo, guiando nossa visão de sujeito, sociedade, trabalho e os métodos de pesquisa utilizados. Como salientam Silva, Nunes e Souza (2024, p. 188), “pensar a formação do sujeito no âmbito do trabalho, os impactos da organização do trabalho sobre sua constituição, os elementos constituintes da sua historicidade e os modos como o sujeito pensa e age sobre a organização é o programa central da Sociologia Clínica”; e é por isto que vemos tal abordagem como profícua para nossos interesses de pesquisa.

A Psicossociologia e a Sociologia Clínica partem de um princípio similar: a

interdependência das esferas sociais e psíquicas (Viana Braz et al., 2024). Apesar de terem diferenças e especificidades²⁵ próprias, tais abordagens partilham de influências teóricas e metodológicas e se aproximam em suas visões de sujeito, sociedade e intervenções utilizadas. Se embasam, fundamentalmente, em uma “[...] postura clínica e numa escuta complexa dos sujeitos em situação social” (Viana Braz et al, 2024, p. 9), aproximando-se nos modos de análise de fenômenos sociais e da postura frente ao sujeito implicado nestes.

A Psicossociologia, de acordo com Carreiro (2017, p. 431), tem como papel a análise das “[...] interações existentes entre os aspectos subjetivos, familiares, sociais, organizacionais, históricos, destacando contradições, conflitos e pontos de articulação entre várias dimensões que atravessam o estudo ou a pesquisa sobre um campo preciso”. A Sociologia Clínica, por sua vez, se refere a “[...] um campo de conhecimentos teórico-metodológicos cuja finalidade é a compreensão e intervenção, sistêmica e integrada, da interpenetração de fenômenos sociais e psíquicos” (Viana Braz, 2021, p. 81).

Por conta destas proximidades, estas abordagens são nomeadas enquanto sócio-clínicas por Viana Braz et al. (2024): demandam uma postura clínica para apreender o vivido pelo sujeito, mas sem prescindir de análise da vinculação do âmbito psíquico com o social. Tais abordagens contribuem na compreensão dos fenômenos em questão pois, ao enfatizar a importância da interdisciplinaridade entre Sociologia e Psicologia, consideram simultaneamente as determinações sociais que agem sob o sujeito mas também a possibilidade deste de agir sob sua história e sob a sociedade (Gaulejac e Takeuti, 2013), sem reduzir uma esfera à outra. Assim, sempre é considerada a articulação entre psíquico e social. O sujeito, nesta visão, é tido como “[...] produto e produtor do social. O conceito de sujeito difere do de indivíduo na medida em que o sujeito é um sujeito histórico, contextualizado, inserido, ao mesmo tempo em que ele constrói e dá sentido à sua própria história” (Silva, Nunes e Sousa, 2024, p. 229). Atentar para o âmbito do sujeito não é uma busca de individualizar o fenômeno, mas de complexificá-lo.

Essa perspectiva teórica é fundamental para complexificar o trabalho do sujeito no *live streaming*, compreendendo este enquanto um fenômeno social que existe implicado no processo de plataformação (Grohmann, 2020), autogestão (Gaulejac, 2007), de exposição da intimidade (Bruno, 2013), cultura participativa (Shirky, 2010), financeirização (Haiven, 2016) e subjetivação empresarial do indivíduo (Dardot e Laval, 2016), mas também enquanto

²⁵ Para um histórico da constituição de tais abordagens e suas especificidades, recomendamos a leitura do livro *Trabalho, Sociologia Clínica e ação: alternativas à individualização do sofrimento*, de Matheus Viana Braz (2021).

parte da história de vida dos sujeitos que se envolvem nesta atividade e fazem parte de sua construção, considerando seus desejos, percepções, inserções grupais e sociais e contradições ao estarem implicados em tal processo. O sujeito, na visão sócio-clínica, é considerado enquanto duplamente constituído tanto pela vida subjetiva quanto pelo universo social na qual está inserido (Pinto, Carreteiro e Rodriguez, 2015). Como discute Enriquez (2001, p. 34),

todo indivíduo é fundamentalmente heterônomo, isto é, ele só existe e só pode funcionar no interior de um social dado, de uma cultura particular que desenvolve suas “significações imaginárias” (CASTORIADIS) específicas e que lhe dita, em parte, sua conduta. Nessas condições, é preciso pressupor, logicamente, a anterioridade dos processos sociais, já que nascemos sempre em um grupo, em uma etnia, em uma classe, em uma nação etc.

Ao mesmo tempo que consideremos as determinações sociais e influências do pertencimento sob o sujeito, ainda que sociedade preceda indivíduo, este não é uma mera reprodução dentro dela, muito menos passivo às suas imposições; mas carrega desejos, frustrações, múltiplas identificações, dissidências e também contradições. Enriquez (2001, p. 29) continua sua definição de indivíduo afirmando que este

[...] só é parcialmente heterônomo. Embora exista, em toda sociedade, um discurso dominante, esse discurso é modulado diferentemente pelos diversos grupos e classes que compõem essa sociedade e, às vezes, até mesmo se choca, não a um contra-discurso organizado mas, como dizem FRITSCH e PASSERON, choca-se a condutas que se referem a outros valores e hábitos, ignorando soberanamente a ideologia dominante. Além disso, não se pode esquecer que o discurso, por mais totalitário que seja, não reina totalmente sobre as consciências e os inconscientes e que ele provoca fenômenos de rejeição, a médio ou a longo prazo.

Assim, na Sociologia Clínica, estudamos o social analisando os processos de “assujeitamento e subjetivação” (Silva, Nunes e Souza, 2024, p. 190), ou seja, através das dinâmicas de determinação social, coerção e adaptação do sujeito, mas também deste enquanto agente ativo na produção de sua realidade. Como enfatizam Viana Braz et al., “é, portanto, a partir da escuta do vivido, expresso individualmente ou em grupo, que operamos a análise sobre processos coletivos e institucionais” (2024, p. 20). O sujeito, além de estar implicado nos processos sociais estudados, e de ser agente na construção destes, também possui conhecimento sobre tais fenômenos, visto que os vivencia, concilia e participa de sua construção ao longo dos anos, acumulando saber sobre sua realidade (Gaulejac, 2007). Desta forma, “na perspectiva da Sociologia Clínica, a proposta metodológica é a da escuta” (Penso et. al, 2024, p. 76).

A escuta dos sujeitos em situação social aqui apontada é complexa e demanda postura

clínica (Viana Braz et. al, 2024). Exercer uma escuta complexa, então, implica levar em consideração a constituição histórica, social, organizacional, familiar e psíquica do sujeito. Além disso, considerando que a escuta clínica imprescindente da construção de vínculo, é também necessária a posição clínica do pesquisador frente ao que é narrado pelo sujeito. Como apontado por Massa (2025, p. 3), tal posicionamento “busca apreender os objetos de investigação em seu pluralismo causal, em sua problematização múltipla”, atentando ao relato dos integrantes do fenômeno investigado, e também ao contexto que suscita tal narrativa. Para Viana Braz et al. (2024, p. 12), o papel do pesquisador, seguindo na perspectiva da complexidade, é o de

colocar em análise a interrelação de diferentes registros (existencial, familiar, grupal, cultural, organizacional e sócio-histórico), concebendo que cada um deles segue lógicas próprias de funcionamento, ao mesmo tempo que se influenciam de maneira recíproca. A problematização múltipla e o pluralismo causal, atrelados à uma concepção recursiva e generativa de sentido, são guias importantes da escuta e das hipóteses construídas acerca das demandas formuladas em campo.

Exercer a escuta complexa demanda, ademais, reconhecer e sair da posição de *expert* ou especialista, entendendo a impossibilidade de se realizar tal encontro com o sujeito em estado de uma neutralidade positivista. Reconhecer o papel do pesquisador no campo - para além do investigativo ou interventor - também é elemento que compõe a pesquisa e seus resultados, demandando uma análise de implicação, o que discutiremos no tópico 3.5. Primeiro, para contextualizar nossa pesquisa e análise, apresentaremos o percurso do campo. Inicialmente, para fundamentar este estudo, foi realizado o levantamento teórico-bibliográfico, com o objetivo de aprofundar os conhecimentos acerca do mundo do trabalho, do processo de monetização do sujeito e as pesquisas já produzidas até então que exploram os temas de *live streaming*, produção de conteúdo em plataforma e trabalho plataformizado, conforme apresentado no capítulo anterior. Então, realizamos a pesquisa de campo, a qual se deu em dois momentos: no primeiro, foi realizada uma etnografia digital; depois, o contato e as entrevistas com os *streamers*, utilizando da história de vida laboral.

3.2 Etnografia digital

O primeiro momento do trabalho de campo se constituiu como a fase exploratória da pesquisa, a partir da abordagem da etnografia digital (Fragoso, Recuero e Amaral, 2011). Esta se mostrou profícua enquanto resposta metodológica à intermediação tecnológica das relações, ao considerar o digital enquanto espaço de expressão, vivência, trabalho, lazer,

relação e, portanto, de pesquisa. Para isso, a pesquisadora, enquanto usuária das plataformas de *live streaming* mencionadas anteriormente, navegou por estes espaços buscando conhecer o trabalho de diferentes *streamers*. Tratou-se de uma maneira de compreender as características centrais de seus trabalhos, como a relação com a audiência, o planejamento e a produção de conteúdo, a divulgação do trabalho e manutenção de uma “marca” e as formas de monetização adotadas pelos trabalhadores; toda forma de trabalho público desempenhada por *streamers* em sua atividade. Por trabalho público, compreendemos as *lives* realizadas, a interação no *chat* com a audiência e a manutenção da comunidade construída através de fóruns/redes sociais (Taylor, 2018; Skardzius, 2020).

Também foi observada a estrutura das plataformas, principalmente a da Twitch: os mecanismos de monetização e as etapas para atingi-la, as orientações para os *streamers*, a organização da página inicial e da ferramenta de descoberta, o painel voltado ao criador de conteúdo, a “escola de criadores” para novos *streamers*, entre outros aspectos que nos ajudaram a compreender o papel da plataforma na organização e gestão do trabalho realizado. Importante destacar que tal etnografia foi realizada seguindo as recomendações éticas da *Association of Internet Researchers* (Frankzé et al., 2020).

Tal momento da pesquisa se deu entre setembro de 2023 e setembro de 2024, e as impressões provenientes da etnografia foram registradas em um diário de campo da pesquisadora. Também foram registradas as interações da pesquisadora - enquanto parte da audiência - com os *streamers*. Além disso, foram realizadas capturas de tela de pontos relevantes, prevalentes, frequentes ou simbólicos de algum aspecto do trabalho de *streaming* ou do funcionamento da plataforma. Através do diário de campo, foi possível organizar as percepções acerca da relação de *streamers* com o trabalho, a monetização e a plataforma. Este momento da pesquisa, para além de colaborar na compreensão do funcionamento da atividade e da estrutura da plataforma, serviu como base para construção de hipóteses, questionamentos e reflexões. Tais pontos guiaram a construção do planejamento do encontro com os participantes da pesquisa e também foram levados para discussão com estes através da etapa posterior de investigação, a realização da história de vida laboral.

3.3 História de vida laboral

A partir da Psicossociologia e da Sociologia Clínica, temos, então, como metodologia para a investigação dos objetivos propostos, a história de vida laboral. Esta se caracteriza enquanto um método que permite “[...] pensar os atravessamentos sociais a partir de

trajetórias individuais, visto que cada indivíduo singulariza em seus atos a universalidade de uma estrutura social” (Pinto, Carreteiro e Rodriguez, 2015, p. 998). Através dela, buscamos compreender, a partir do recorte pré-estabelecido do âmbito do trabalho, as determinações sociais e os movimentos do sujeito dentro de tais determinações. Observamos os caminhos percorridos por este para chegar à atividade de *live streaming*, os vínculos sociais existentes em tal trabalho, as fontes de prazer, reconhecimento e sofrimento encontradas na atividade, e também a perspectiva que o *streamer* tem de si na atividade e como se projeta no futuro a partir dela. Também consideramos os significados do *live streaming* ao sujeito para além do nível individual, ouvindo a narrativa do *streamer* sobre a história familiar, o reconhecimento familiar e social da atividade, a visão do *live streaming* em comparação a outras atividades laborais, e questões de gênero, raça, classe e sexualidade implicadas na história do sujeito.

Como salientam Viana Braz, Casadore e Hashimoto (2020, p. 4), a abordagem sócio-clínica “[...] remete a um campo de escuta, implicação e mudança. Ao enfatizar as histórias de vida e trajetórias sociais, busca-se atuar no nível das emoções e dos processos sociais, com base em uma escuta clínica do social, favorecedora da construção coletiva de sentido”. Investigar um fenômeno social através da escuta clínica do sujeito implicado nele nos permite complexificar a visão de tal acontecimento ou processo, saindo da visão social determinista de um indivíduo passivo, mas também evitando o olhar idealizado de autonomia irrestrita do sujeito. Retomando Enriquez (2001, p. 25), todo sujeito carrega uma parcela de heteronomia e de autonomia, de determinação e de transformação, de identificação e de ruptura:

pareceu-me sempre aberrante fazer desaparecer o indivíduo humano do movimento da história, pois, em maior ou menor grau, ele participa da dinâmica de uma determinada sociedade, como psique, como lugar de condutas significativas e como ser em interação contínua com outros, em grupos e organizações.

A história de vida laboral, ao ser contada pelo sujeito em rememoração dos eventos significativos de sua vivência no trabalho, expressa os sentidos e o valor que estes têm para aquele que os narra (Carreteiro, 2017). Além do que permite que o sujeito pesquisado assuma um papel ativo na construção do conhecimento sobre suas vivências. Nesta perspectiva, o conhecimento é coproduzido a partir da escuta do vivido por aqueles implicados no fenômeno social estudado. Percebemos a metodologia de história de vida laboral enquanto uma forma de pesquisar que considera o participante enquanto parte constituinte da pesquisa e que promove sua capacidade de historicidade. Viana Braz (2021, p. 88), ao falar da historicidade do sujeito, destaca que

mesmo o indivíduo mais conformado aos ditames e determinismos sociais está sempre em condições de manifestar sua ipseidade e parcela de autonomia. Logo, a historicidade se refere a essa capacidade de agir, modificar sua própria história, confrontar suas raízes e fantasmas. É na construção de sua historicidade que o indivíduo afirma sua existência social e sua identidade narrativa como sujeito de desejo, criador de sua própria história.

Desta forma, ao utilizar deste método, procuramos recusar a individualização dos sofrimentos e prazeres promovida pelas plataformas na atividade do *live streaming*; mas buscamos, também, promover a historicidade do sujeito, valorizando sua capacidade de produzir inteligibilidade sobre a sua própria experiência, compreendendo assim os valores atribuídos aos fenômenos sociais que vivencia e significa em sua história particular.

Contemplamos, também, as dificuldades encontradas em pesquisas anteriores com produtores de conteúdo em plataformas (Taylor, 2018; Skardzius, 2020; Woodcock e Johnson, 2019), nas quais os participantes receavam falar das dificuldades e sofrimentos de seu labor por temer transparecer ingratidão ao público que o paga ou falta de esforço em conseguir ser melhor. Com a história de vida laboral, os receios, contradições e não-ditos também são considerados enquanto parte relevante da significação que o sujeito dá às suas experiências, sendo igualmente importantes na produção de conhecimento sobre a experiência de trabalho dos *streamers*. Como aponta Viana Braz (2021, p. 93), “na abordagem clínica consideramos que viver em sociedade, trabalhar em organizações, se relacionar com pessoas ou buscar construir uma narrativa própria, implica invariavelmente confrontos constantes com as contradições de nossas trajetórias sociais”; logo, tais confrontos e contradições também são considerados enquanto parte constituinte da pesquisa, pois diz da vivência e organização do sujeito em um dado contexto social.

Utilizar de uma metodologia narrativa pelas abordagens sócio-clínicas implica em ter uma escuta complexa do que é trazido pelo sujeito. Bouilloud (2024, p. 45) coloca que a história de vida é “um local de registros no sentido de que é, ao mesmo tempo, onde o indivíduo se classifica espontaneamente em termos de suas afiliações, mas também onde se encaixa no mundo social, ou seja, onde ele se registra”. Em uma forma de trabalho pautada na visibilidade e na performance (Taylor, 2018; Woodcock e Johnson, 2019), é fundamental que analisemos os desdobramentos subjetivos da atividade para além das *lives*, mas considerando o vivido pelo sujeito e sua história, que inevitavelmente divergem daquilo que ele escolhe ou necessita performar em atividade.

Ao utilizar da história de vida laboral buscamos, também, ir além do presenteísmo ou curto-prazismo característico dos modos neoliberais de funcionamento (Gaulejac, 2007;

Dardot e Laval, 2016). Como situam Viana Braz, Casadore e Hashimoto (2020, p. 8),

A partir dessa perspectiva, compreensiva e existencial (Gaulejac, 2012), a vida se desorganiza, se organiza e continua. Diferentemente da lógica produtivista, em que somente avanços são concebidos e as falhas tendem a ser pouco toleradas, a escuta psicossociológica parte da prerrogativa que eventualmente é preciso se desorganizar (integrar passado, presente e futuro), para que seja possível se organizar a partir da própria desorganização.

Através do método da história de vida laboral, convidamos os participantes a contarem sobre suas histórias de vida partindo de um ponto central e inicial, o trabalho. Porém, não nos limitamos à trajetória sócio-profissional destes sujeitos. Buscamos informações sobre a história de vida como um todo, nos atentando aos elementos laborais relacionados à sua família, classe social e contexto formativo; mas assim como a questões de gênero, raça e sexualidade, considerando a entrada no universo *streamer* como um ponto de fixação importante da construção da historicidade destes sujeitos. Ser *streamer* implica em uma historicidade, em pertencimento na atividade e em outros contextos sociais, e em atravessamentos por outros marcadores estruturais. A utilização deste método, então, se deu buscando a construção narrativa do que é ser *streamer* na história de vida de cada um dos participantes.

3.4 Participantes da pesquisa

A pesquisa foi realizada com sete produtores de conteúdo brasileiros que atuam enquanto *streamers* de jogos eletrônicos, com idades entre 19 e 30 anos. Os critérios de inclusão iniciais foram de que residissem no Brasil; fossem maiores de 18 anos; realizassem *lives* com frequência mínima semanal há, no mínimo, 6 meses. Importante ressaltar que o contato com os participantes se deu após a aprovação do projeto de pesquisa pelo Comitê Permanente de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Estadual de Maringá - COPEP²⁶.

De forma a buscar compreender com mais amplitude a atividade do *streaming* e os diferentes impactos que produzem nos sujeitos e considerando que pesquisas anteriores mantiveram foco em apenas uma plataforma (Montardo et al 2017; Paz e Montardo, 2018; Taylor, 2018; Woodcock e Johnson, 2017; 2019; Skardzius, 2020), em *streamers* profissionais, ou em um jogo específico, buscamos, nesta pesquisa, apostar na diversidade da atividade. Assim, ainda que o foco na Twitch inevitavelmente tenha sido mantido - pois todos

²⁶ Certificado de Apresentação de Apreciação Ética (CAAE): 76390623.7.0000.0104

que concordaram em participar da pesquisa *streamavam* nela -, alguns participantes trouxeram experiências em diferentes plataformas presentes no cenário nacional, como o Youtube e o TikTok, o que foi incluído na pesquisa. Também não houve requisitos do jogo escolhido, ou do envolvimento profissional (*pro-players*, comentadores, etc.) ou casual com o jogo.

Quanto à questão do “tamanho” do *streamer* ou de seu envolvimento com a atividade, foram considerados para a amostra tanto os que desempenham a atividade de *streaming* de forma profissional - tendo o *streaming* enquanto principal fonte de renda -, quanto de forma aspiracional (Duffy, 2017) - os quais esperam obter, eventualmente, remuneração na atividade. Consideramos, dessa forma, a linha tênue existente entre consumo e produção em plataformas, assim como entre lazer e trabalho (Karhawi, 2020), validando a atividade de *streamers* para além do reconhecimento financeiro que estes obtêm nesta; por isto, estabelecemos nosso critério na organização do trabalho, com a frequência e a constância, e não na remuneração deste, visto que esta depende da plataforma.

Para constituir a amostra foi realizada a técnica de seleção denominada “bola de neve” (Vinuto, 2014) com a utilização da rede de contatos da pesquisadora, e também com a divulgação do convite para a participação em um grupo de whatsapp voltado a *esports*. A maior parte dos participantes - quatro deles -, porém, veio da indicação e divulgação da pesquisa por um dos participantes, seguindo o método bola de neve, na qual “informantes-chave” colaboram para encontrar pessoas com o perfil desejado pela pesquisa, até atingir o número desejado de participantes (Vinuto, 2014). O contato com os participantes foi feito via *whatsapp*, na qual a pesquisadora explicou a pesquisa, o Termo de Consentimento e agendou um encontro com cada participante. O contato e o convite à participação da pesquisa foram realizados de maneira individual com cada participante, de maneira que a mensagem foi enviada tendo apenas um remetente e um destinatário, de forma privada, sem a utilização de listas ou encaminhamentos de mensagem que permitam a identificação e/ou divulgação dos dados dos possíveis participantes.

Os encontros se deram via *Google Meet*, com durações de 1 hora e 50 minutos a 4 horas, sendo que uma das participações (P3) foi realizada em dois encontros diferentes. A escolha da plataforma *Google Meet* se deu por esta proporcionar atestada segurança e privacidade. Nessa plataforma, todos os dados, mesmo em trânsito, são criptografados, impedindo quaisquer possibilidades de interceptação ou risco de vazamento de dados. Estas conversas foram gravadas e posteriormente transcritas para a realização da análise.

Todas as participações na pesquisa foram de caráter voluntário, mediante leitura,

entendimento e assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE, em concordância com a Resolução nº 510/16 e as orientações para procedimentos em pesquisas em ambiente virtual (Ofício Circular nº 1/2021/CONEP/SECNS/MS) do Conselho Nacional de Saúde (Ministério da Saúde). Este termo trata das diretrizes e normas de pesquisas envolvendo seres humanos (apresentado pelo Comitê de Ética local) e foi assinado digitalmente em PDF. Por se tratar de uma pesquisa online, o termo de consentimento foi arquivado em duas vias originais: uma arquivada pela pesquisadora, e a outra via fornecida ao participante por meio digital. Tanto os Termos de Consentimento quanto as entrevistas foram armazenadas em um ambiente seguro e sigiloso, sob responsabilidade da pesquisadora. As informações resultantes serão utilizadas somente para os fins desta pesquisa e tratadas com o mais absoluto sigilo e confidencialidade, de modo a preservar a identidade dos trabalhadores que participaram desta pesquisa.

Nos utilizando da já explicitada metodologia da história de vida laboral, elaboramos previamente um roteiro de questões a serem abordadas, de forma a tocar nas interrogações que guiam a realização desta pesquisa, como relação com a plataforma e audiência, organização do trabalho, manutenção da comunidade, impactos na saúde, entre outros. Foram elaboradas questões que também contemplam a história de vida do sujeito, as relações familiares, a trajetória profissional e suas relações com o passado e com referências familiares, os desejos e angústias implicados na sua relação com o trabalho, os valores associados à vida profissional, os fatores de reconhecimento, prazer e sofrimento implicados na atividade, fatores vinculados à identidade do sujeito, bem como os planos e perspectivas de futuro no âmbito profissional.

Esta pesquisa não oferece grandes riscos aos seus participantes. Contudo, ao falarem sobre suas histórias de vida, alguns desconfortos emocionais podem emergir, frutos da expressão de suas vivências. Para mitigar eventuais desconfortos dessa natureza, alguns cuidados foram tomados. Primeiro, foi indicado ao participante que escolhesse um ambiente no qual tenha privacidade, boa iluminação e onde se sinta confortável para realizar a videochamada. Segundo, foi solicitado que o entrevistado deixe sua câmera aberta para que fosse possível melhor comunicação e vínculo com a entrevistadora, de maneira a garantir um espaço de escuta e acolhimento ao participante. Terceiro, foi ofertada aos participantes a possibilidade de assistência psicológica gratuita, caso sentissem necessidade por conta dos temas levantados na entrevista. Além disso, foi enfatizado que a participação na pesquisa é totalmente voluntária, podendo o entrevistado recusar-se ou mesmo desistir a qualquer momento, sem que isto acarrete qualquer ônus ou prejuízo para o mesmo.

Tabela 2 - Dados socioprofissionais dos participantes da pesquisa

Nome	Gênero	Idade	Raça	Orientação sexual	Escolaridade	Cidade	Desde quando streama	Renda média total obtida a partir das lives (em reais)	Situação profissional
P1 - Phelippe	Masculino	27	Parda	Heterossexual	Técnico	Porto Alegre/RS	2021	400 - 1800 por mês	Professor, coach e mentor de <i>streamers</i> e <i>pro-players</i>
P2 - Laura	Feminino	19	Branca	Panssexual	Cursando superior	São Paulo/SP	2021	300 a cada 2 meses	Estagiária de publicidade
P3 - Brave	Masculino	29	Branca	Heterossexual	Ensino médio	São Paulo/SP	2021	300 a cada 2 meses	Assistente de Marketing
P4 - Priscila	Feminino	30	Branca	Heterossexual	Superior completo	Porto Belo/SC	2020	300 a cada 6 meses	Professora
P5 - Caitlyn	Feminino	23	Branca	Homossexual	Superior completo	Belém/PA	2021	1000 em 9 meses	Monitora pedagógica
P6 - Bianca	Feminino	23	Branca	Heterossexual	Ensino médio	São Paulo/SP	2021	11000 por mês	<i>Streamer</i> em tempo integral
P7 - Antônio	Masculino	27	Branca	Heterossexual	Ensino médio	Juiz de Fora/MG	2021	300-1100 por mês	<i>Streamer</i> em tempo integral

Fonte: a autora (2024).

3.4 Análise de implicação e análise de dados

Reconhecer a implicação do pesquisador enquanto parte do processo de pesquisa é fundamental à construção do vínculo em campo e da análise dos sentidos provindos deste (Viana Braz, Casadore e Hashimoto, 2020). Como reflete Dubost (2001, p.181), “A consideração da implicação parece-me aqui se situar primeiramente na análise do sistema de lugares, na referência ao próprio lugar ocupado, ou que se tenta ocupar, e, sobretudo, ao que lhe é atribuído e que ele recusa ou aceita, com todos os riscos que isso comporta”. Considerá-la não é uma busca de neutralizá-la, mas de reconhecer a implicação enquanto “um material analisado na produção de um conhecimento sobre a situação social da qual o pesquisador-interveniente participa” (Massa, 2025, p. 9).

A minha curiosidade e interesse em pesquisar *live streaming* é resultado de um misto de experiências pessoais, profissionais e acadêmicas. Pessoais, pois sempre amei jogar: primeiro, ocasionalmente na casa de amigos que possuíam consoles ou computadores; depois, em *lan houses*; mas, desde o primeiro computador doméstico comprado pelos meus pais em 2009, os jogos eletrônicos se tornaram uma importante fonte de lazer e socialização para mim. Jogando MMORPGs, porém, percebia que me identificar com o gênero feminino nestes espaços parecia abrir a porta para uma série de comentários não solicitados, seja de regulação do meu comportamento e desempenho em jogo ou até mesmo de cunho sexual. Assim, sempre evitei participar ativamente de grandes grupos de jogos, ou de ter *nicknames* que me identificassem enquanto mulher, ou mesmo de jogar com desconhecidos.

Ao encontrar com o *live streaming* no início da pandemia, fiquei fascinada com o estilo diferente de jogo e interação com as respectivas comunidades que os *streamers* mantinham: se expondo publicamente para estranhos, ouvindo todos os tipos de comentários, e tentando viver disso. Ao mesmo tempo, o *live streaming* se tornou, para mim, outra forma de interagir com os jogos e com as comunidades que se formavam ao redor deles: assistia *gameplays* completas de jogos que nunca joguei, pegava dicas de jogos que eu jogava, dava pitacos no chat sobre jogos que eu já me sentia experiente o suficiente para opinar, ou simplesmente colocava uma *live* de fundo enquanto seguia minha rotina. Sempre, porém, fiquei intrigada com as motivações para uma dedicação de tantas horas semanais, e - já enquanto estudante de psicologia -, as consequências subjetivas de tamanha exposição ao afeto e ao ódio de estranhos na internet.

No âmbito acadêmico, naquele momento, eu fazia parte do grupo de pesquisa e extensão “Memória e participação social de crianças e jovens quilombolas”. Questões de

formação e inserção no mercado de trabalho sempre estavam presentes nas demandas trazidas ao projeto mas, com a chegada da pandemia, as jovens da comunidade que acompanhávamos passaram a tentar construir uma carreira pela via da produção de conteúdo em plataformas, o que atravessava a lógica de “bicos” que elas já viviam: babás, empregos temporários, trabalho por dia no campo e, agora, *youtubers* e *influencers*.

Também realizei meu trabalho de conclusão de curso acerca de mulheres *gamers*, seguindo a curiosidade pessoal acerca de pertencimento e identificação de mulheres em jogos *multiplayer* (Biazzi, 2024). Essa pesquisa, junto às minhas indagações pessoais enquanto audiência de *streamers*, bem como a percepção da criação de conteúdo se mostrando enquanto alternativa para às jovens da comunidade quilombola, foi onde se aprofundou meu interesse por pesquisar o trabalho de *streamers*. Isto porque duas das participantes eram *streamers* e tinham nisso sua principal fonte de renda, e haviam perdido a renda subitamente pelo fechamento não anunciado da plataforma na qual trabalhavam, a Booyah. Mesmo não sendo o foco da pesquisa naquele momento, elas relataram bastante sofrimento quanto a instabilidade da remuneração e a perda de suas comunidades, mas também acerca da dependência da monetização da audiência, e da necessidade de “manter um sorriso no rosto” mesmo passando por situações de assédio (Biazzi, 2024).

Esta pesquisa, então, se trata de um trabalho que reconhece a pesquisadora implicada. O que significa que a escuta exercida sobre o narrado pelos participantes não é apenas a escuta do outro, mas também de si mesmo e, principalmente, uma escuta da relação estabelecida entre ambos (Viana Braz et al., 2024). A análise de implicação, então, fez parte de todo o processo de construção e execução desta pesquisa. Desde a etnografia, com os diários de campo, com a busca por expandir os olhares para outros *streamers* e plataformas para além do que eu estava habituada, reconhecendo o estranhamento e os afetos suscitados; mas também durante os encontros com os participantes, depois dos quais era elaborado por mim um relato do encontro, com os pontos percebidos enquanto importantes das narrativas trazidas; um diário clínico, no qual questões como afetos suscitados, dinâmicas transferenciais e contratransferenciais, questões políticas e sociais eram levados em consideração. Após isso, era realizado um encontro com meu orientador, no qual discutimos os casos e colocamos em questão a minha implicação no processo.

Além de reconhecer o efeito da presença da pesquisadora no contexto pesquisado, a análise de implicação convida também a refletir sobre a intenção da investigação. Ao ir para campo, partimos com uma demanda da pesquisa, baseada em um problema observado e nos objetivos construídos. Porém, é válido questionar: qual a função da pesquisa para estas

pessoas que se voluntariaram a participar? Qual a demanda percebida por eles? Massa (2025, p. 3) enfatiza que a construção do vínculo e da relação entre pesquisador e sujeito se inicia na demanda:

Em uma situação de pesquisa, o pesquisador é o portador de uma demanda de saber sobre um objeto de pesquisa. Esta demanda inicial do pesquisador, os sujeitos poderão aceitar ou recusar. Se os sujeitos aceitam, criam-se laços entre pesquisador e pesquisado, engajando-os em uma relação.

Durante a realização dos encontros, percebemos que o espaço de expressão possibilitado pela pesquisa abre um campo de tensionamento das contradições da intimidade no *live streaming*, no qual aquilo que era visto como contraditório à atividade - cansaço, interesse econômico nas relações, vivências de discriminação -, pôde ser expressado. Mas, também, participar de uma pesquisa parecia ser uma forma de validação da atividade de *streamer*, de reconhecimento da seriedade, da importância e da dedicação implicados no trabalho realizado. As demandas propostas se somaram às demandas trazidas pelos sujeitos: angústia frente ao conflito lazer x trabalho, necessidade de espaço de expressão livre, busca por afirmação da atividade. Os resultados apresentados adiante são, então, resultado da co-construção de saberes frente a estas demandas apresentadas por mim, pesquisadora, e pelos participantes.

No diálogo da pesquisa, a outra pessoa não é simplesmente um estranho social, mas um parceiro na co-construção de sentido, e o que é feito ou dito ocorre ao longo do tempo e está em constante mudança, ao mesmo tempo em que transforma o ambiente. Não se trata apenas de uma questão de interação, validação ou confronto: o conhecimento também é produzido aqui (Bouilloud, 2024, p. 45).

A abertura de um espaço de escuta, a construção de um vínculo entre pesquisadora e participantes, contribuiu para o entendimento mais profundo da atividade, em uma construção de sentidos que serão analisados. A posição teórica aqui demarcada e exercida pela pesquisadora em campo foi importante para tal processo. Reconhecer os desconfortos, afetos, posições sociais durante a escuta das narrativas permitiu o fortalecimento dos vínculos, a observação das lacunas e contradições e a organização conjunta do conhecimento partilhado. “O que está em análise não é unicamente os acontecimentos eles mesmos, mas os processos que favoreceram suas emergências na presença do pesquisador-interveniente” (Massa, 2025, p. 3).

Um questionamento feito pelo meu orientador e que busquei manter em mente foi “*O que significa para estas pessoas ser abordado por uma pesquisadora psicóloga para falar de live streaming?*”. O marcador “psicóloga” suscitou reações bastante diversas, que tanto

aumentaram a confiança no trabalho da pesquisa, quanto dificultaram a criação de vínculo por uma desconfiança prévia. Em alguns casos, parecia suscitar uma validação extra para o trabalho de *streamer*; em outros, um receio de um questionário ou avaliação psicológica; e, também, “eu não gosto de psicólogo”, ou “eu não vou falar nada de íntimo”, foram avisos me dados do receio e desconfiança que o papel de psicóloga colocava junto à relação. Ao mesmo tempo, apesar disso, ao final das conversas foi possível perceber que a desconfiança havia se desfeito durante o contato, pois os retornos dados pelos participantes sinalizavam sensação de leveza, desabafo, e surpresa pela fluidez e conforto sentidos durante o relato. Utilizar o instrumento da história de vida laboral, e não uma estrutura de entrevista rígida, com certeza facilitou a criação de vínculo e essa sensação de acolhimento e abertura. O elaborar da própria narrativa propicia que o sujeito em pesquisa assuma a autonomia sobre o conhecimento criado, sendo considerado parte ativa da construção de saber sobre o fenômeno social investigado (Carreteiro, 2012).

Questões de gênero também foram bastante manifestadas por quase todos os participantes. A amostra foi surpreendentemente equilibrada - três homens e quatro mulheres - considerando pesquisas anteriores (Taylor, 2018; Woodcock e Johnson, 2019) e o próprio padrão de uso da plataforma (Pesquisa Gamer Brasil, 2024). O fato de eu ser mulher pareceu favorecer relatos acerca de discriminação baseada em gênero nas plataformas. Dois dos homens relataram situações vivenciadas por amigas, e todas as mulheres mencionaram ataques sofridos, xingamentos e - com receio de julgamento -, sensação de estar competindo pela atenção com mulheres que desempenham trabalho sexual na Twitch. O sexismo no *live streaming* já era conhecido por mim - tanto de vivência enquanto espectadora, quanto por relatos ouvidos em pesquisa anterior (Biazzi, 2024) -, e eu esperava que surgisse relato em algum momento, mas me pareceu que me apresentar enquanto mulher e demonstrar compreensão das situações vividas favoreceu a expressão destas falas.

A prestatividade, afetividade e facilidade de comunicar-se foram características que perpassaram a maior parte das entrevistas. Atingimos a quantidade de participantes estabelecida para a amostra rapidamente. Havia um ânimo na maioria dos participantes com a ideia de uma pesquisa acerca de *live streaming*, e um desejo expresso em ajudar na realização dela. Esse desejo em ajudar, porém, vinha acompanhado do que me parecia uma “imagem” de *streamer* que eles gostariam que fosse repassada, a qual não comportava reclamações, frustrações ou qualquer emoção “negativa”. Essa dificuldade em falar de possíveis pontos de angústia no trabalho me frustrou, pois sentia que não conseguia aprofundar algumas contradições. Após levar essa frustração para a supervisão, com a sugestão do meu orientador

de discutir com os próprios participantes essas contradições, a discussão foi complexificada. Como aponta Massa (2025, p. 8),

A circulação do objeto de investigação entre o pesquisador e o pesquisado caracteriza a coconstrução na pesquisa. A coconstrução de uma pesquisa-intervenção não é simples, ela se dá na temporalidade da construção de laços, da produção de sentido a partir da demanda inicial, da circulação e apropriação do objeto de pesquisa entre observador e observado, lembrando que o observado também observa o observador e que isto produz efeitos para este último. [...] Ela permite apreender o objeto através dos significados imbuídos na apropriação que fazem os sujeitos que dela participam.

Confiar no processo de co-construção de sentido com os participantes foi um passo importante, e muito do que virá a ser discutido adiante parte deste processo: levar meus pontos de interesse, ouvir o que eles tinham a dizer, relatar minhas impressões e construir juntos o conhecimento acerca do trabalho no *live streaming*.

Quanto à análise dos dados, esta se deu em um processo reflexivo que ocorreu em algumas etapas. No primeiro, foi elaborado um diário clínico imediatamente após as entrevistas, com a elaboração de um relato a partir das reminiscências da pesquisadora, abordando o andamento do encontro, os pontos trazidos pelos participantes, mas no qual também era realizado o trabalho de análise de implicação, observando questões transferenciais e contratransferenciais, afetos, desconfortos e impressões da pesquisadora. Também foi realizada a transcrição e revisão de cada uma das entrevistas realizadas. Depois, era realizada uma discussão da narrativa de cada sujeito em supervisão clínica com o orientador da pesquisa, organizando os relatos e os sentidos das narrativas. Estes espaços de supervisão funcionavam, também, como um campo de análise, onde era possível fazer um exercício de distanciamento, buscando compreender o que se passou no encontro, os efeitos produzidos na entrevista e as questões trazidas pelos participantes. Da mesma forma, nesse espaço começávamos a teorizar e a levantar hipóteses que surgiram anteriormente nas entrevistas.

Progressivamente, nos espaços de supervisão, de análise do diário de campo, na análise das transcrições, começavam a se delinear núcleos de sentido, bem como seus respectivos elementos de análise. A construção da análise se tratou, em todo o seu processo, de um movimento de implicação e distanciamento, onde se colocava em questão a subjetividade da pesquisadora e dos entrevistados, junto com as pressuposições teóricas e objetivas que se faziam a partir dos dados obtidos. A partir da releitura das transcrições dos relatos dos participantes, da discussão das narrativas entre pesquisadora e orientador e da leitura dos diários clínicos elaborados após cada entrevista, elaboramos uma classificação dos

temas, questões e pontos de interesse trazidos pelos participantes. Tal classificação buscou compreender e organizar os pontos convergentes trazidos pelos diferentes relatos, mas também as idiossincrasias e contradições manifestadas. Posteriormente, estas categorizações foram organizadas em quatro núcleos de sentido, conforme exposto na tabela 3. Estes núcleos orientarão a articulação dos dados com a teoria e a elaboração da discussão apresentada no próximo capítulo.

Tabela 3 - Núcleos de sentido e elementos de análise

Núcleos de sentido	elementos de análise
1. Trabalho: <i>“não é trabalho, mas vivo como se fosse”</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. critério financeiro 2. organização do trabalho 3. validação do trabalho pela comunidade 4. dimensão familiar 5. história de vida 6. “não parece trabalho” 7. hobby x trabalho 8. viração
2. “Para o menor dos mundos, você tem relevância”: Reconhecimento, pertencimento e sentidos do <i>live streaming</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Streaming enquanto espaço de expressão e conexão 2. trabalho gerador de sentido 3. Criação de laços significativos 4. Local de importância (líder de comunidade, referência para outros) 5. Habilidades úteis 6. Espaço de satisfação de desejo 7. Vínculo com a história pessoal
3. “Preciso dar o all in”: gestão, esperança e saúde no trabalho de <i>live streaming</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capitais necessários ao trabalho 2. cansaço e frustração não reconhecidos 3. individualização do fracasso 4. trabalho de esperança 5. racionalidade neoliberal 6. autogestão e investimento psíquico
4. “Você tá consumindo um streamer”: vínculo, trabalho emocional e	<ol style="list-style-type: none"> 1. mediação financeira do reconhecimento

monetização de si	<ol style="list-style-type: none"> 2. trabalho de cuidado 3. comerciabilidade das comunidades 4. a curadoria do comportamento monetizável 5. o produto do <i>live streaming</i> 6. técnicas de monetização
-------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: a autora (2024).

Ainda, após a construção das hipóteses e dos núcleos de sentido, entramos em contato novamente com os participantes para a realização de um grupo de devolutiva, no qual a pesquisadora levou para os *streamers* suas hipóteses, mas também algumas contradições e dúvidas surgidas a partir das histórias de vida. Os participantes, então, participaram mais uma vez da construção do conhecimento produzido, discutindo em grupo sobre as questões principais desta pesquisa, trazendo pontos que consideram importantes de serem abordados e também oferecendo perspectivas diferentes das apresentadas pela pesquisadora ou pelos seus colegas.

As abordagens sócio-clínicas foram determinantes na construção do dispositivo da história de vida laboral e serviram para assegurar uma escuta complexa e uma postura clínica, favorecedora de uma construção coletiva de sentido, e também constituirão nossa base teórica para a análise dos dados. Mas, para além dessas abordagens, serão trazidos autores de outros campos de saber, pois entendemos que somente a Psicossociologia e a Sociologia Clínica não dão conta da complexidade do trabalho de *streamers*. A interdisciplinaridade fundante das abordagens sócio-clínicas nos permite ampliar as discussões, estabelecendo diálogos abarcando também teorizações de outros campos do conhecimento, de forma a abranger a miríade de fenômenos sociais, econômicos e psíquicos implicados na atividade de *live streaming*. É nesse sentido que dialogamos com uma série de autores do campo dos estudos de plataforma (Srniczek, 2016; Gillespie, 2018a; 2018b; Huws, 2018; Poell, Nieborg e Van Dijck, 2019; Grohmann, 2020; 2023; Woodcock, 2023), da Sociologia do Trabalho (Dujarier, 2015; Antunes, 2018; 2023; Abílio, 2021; Praun, 2023; Manzano, Krein e Abílio, 2023), dos estudos culturais (Bourdieu, 1986; 2015; Duffy, 2017; Taylor, 2018; Woodcock e Johnson, 2019) e da comunicação (Shirky, 2010; Bruno, 2013; Karhawi, 2020; Karhawi e Prazeres, 2022). Desta forma, em nossa análise, articulamos os dados coletados com a Psicossociologia e Sociologia Clínica, mas também com as discussões teóricas e contextuais apresentadas nos capítulos anteriores.

CAPÍTULO 4 – ANÁLISE E DISCUSSÃO

Em cada um dos núcleos de sentido delimitados no capítulo anterior, apresentaremos os elementos de análise que os estruturam: falas de participantes, articulações teóricas, observações a partir da etnografia e percepções da pesquisadora. Também serão abordadas as histórias de vida relatadas pelos *streamers*, refletindo sobre como elas se articulam com a atividade de *live streaming*, mas também observando os pontos de ruptura que esta representa nas trajetórias socioprofissionais familiares. Buscamos, neste capítulo, compreender o trabalho de *streamers* enquanto parte de um fenômeno social em acontecimento, mas compreendendo-o a partir das trajetórias individuais aqui narradas.

No primeiro núcleo, discutiremos a concepção de trabalho para os *streamers*, e como as *lives* entram - ou são excluídas - nesta definição. Faremos isto considerando suas histórias familiares e trajetórias socioprofissionais, mas também o contexto brasileiro de trabalho, conforme apresentado no capítulo dois. Apresentaremos também a organização do trabalho dos *streamers*, o que demanda deles se manterem ativos nas *lives*, e como isto é conciliado com formas tradicionais e formalizadas de trabalho, mas também com a lógica de viração (Abílio, 2021) que permeia a realidade laboral brasileira.

No segundo núcleo de sentido, abordaremos as fontes de sentido do trabalho de *live streaming* para os participantes. A pergunta que orienta esta parte da discussão é *por que os streamers continuam se dedicando a um trabalho mal-remunerado depois de tantos anos tentando?* Traremos questões como a formação subjetiva propiciada pela atividade, como ser *streamer* é parte constitutiva da identidade destas pessoas. A sensação de pertencimento à uma comunidade, o papel de importância frente a audiência, o local de referência e de aconselhamento para outros são importantes fontes de sentido para aqueles que *streamam*. Mas também, no *streaming*, estes relatam terem encontrado um espaço de expressão e lazer, sentem que suas habilidades são validadas e úteis, e constroem laços significativos com outros membros da comunidade *gamer*. Por fim, traremos uma reflexão sobre como as habilidades desenvolvidas para realizar as *lives* são aproveitadas em outros âmbitos da vida destes sujeitos, o que favorece a perspectiva do *streaming* enquanto uma atividade proveitosa.

No terceiro núcleo de sentido, será discutido a fusão das esferas “lazer” e “trabalho” para os *streamers*, a partir dos conceitos de racionalidade neoliberal (Dardot e Laval, 2016), financeirização (Haiven, 2016) e de capital humano (Gaulejac, 2007; Gaulejac e Hanique, 2024). Abordaremos as contradições e injunções paradoxais (Gaulejac e Hanique, 2024) expressas no discurso - tanto dos *streamers* quanto da plataforma - de lazer possivelmente

remunerado, refletindo sobre os capitais necessários para o desempenho da atividade, mas também sobre os fatores de adoecimento existentes. Apesar de estar presente na fala dos *streamers* a ideia de que trabalham apenas por *hobby*, o desejo em fazer das *lives* sua principal fonte de renda é manifesto; mas, reconhecê-lo, parece apontar para um fracasso individual em conseguir obtê-la. A individualização do sofrimento na atividade, como argumentaremos, é constante: assédios, ataques organizados e discriminação pautada em gênero foram relatadas, mas nenhum tipo de suporte foi obtido da plataforma. Os *streamers* são vistos - e, em certa medida, se veem - como responsáveis pela própria sorte, sem reconhecimento, apoio ou amparo das plataformas nas quais trabalham. Apesar da autorresponsabilização, houve frustração manifesta com esta situação. Estas contradições e problemáticas serão desenvolvidas neste eixo da análise.

Por fim, no quarto núcleo de sentido, argumentamos que no *live streaming* a monetização não é do conteúdo, mas do *streamer* em si. Apresentaremos aspectos de trabalho emocional, afetivo e de cuidado trazidos pelos *streamers*, assim como discorreremos sobre de que modo questões como socialização e afeto se misturam com remuneração e sucesso profissional; da mesma forma, como a estrutura da plataforma e os próprios *streamers* que nela atuam colocam demonstração de afeto e o pagamento da audiência como partes do mesmo processo. O reconhecimento financeiro progressivamente permeia outras formas de validação do trabalho dos *streamers*, tornando a monetização a principal via de validação de si na atividade. Ao mesmo tempo, as recompensas esparsas alimentam o trabalho aspiracional (Duffy, 2017) desempenhado, fomentando a dedicação contínua à atividade, em uma lógica de curadoria do comportamento monetizável, buscando tornar-se o produto perfeito: frente à plataforma, à audiência e ao algoritmo.

4.1 “Não é trabalho, mas vivo como se fosse”: concepções de trabalho, trajetórias socioprofissionais e a organização do trabalho do *streamer*

Definir o *live streaming* como forma de trabalho estava fora de alcance para a maior parte dos participantes da pesquisa, que não o viam como tal para si mesmos (todos, exceto Antônio). Se referiam ao ato de *streamar* enquanto trabalho com frequência, tanto falando de seu envolvimento com a atividade - “querendo ou não, vira um trabalho” (Caitlyn) -, ou quanto a um terceiro abstrato - “pra muitos ser *streamer* é um trabalho mesmo” (Phelippe) -, e, ainda, falando do profissionalismo, estrutura, performance e conhecimento técnico demandados para sua realização - “eu investi muito pra deixar o mais profissional o possível”

(Priscilla). Porém, ao serem diretamente questionados sobre se reconheciam a atividade enquanto tal, uma resposta surgia com frequência: quando eu receber o suficiente, chamarei de trabalho. A dimensão do “ter” do trabalho, como apontada por Gaulejac (2024), é essencial para o reconhecimento de uma atividade como tal, assim como para a existência saudável do trabalhador frente ao trabalho exercido.

[...] eu não consigo, enquanto eu não tenho sucesso financeiro, às vezes, enxergar tanto como um trabalho, que é a mesma coisa que, sei lá, já escutei de várias pessoas de falar, enquanto, sei lá, você gosta de cuidar de um jardim, você vai ser florista, agricultor, qualquer coisa desse tipo? Não, então é um hobby. Você está ganhando dinheiro com isso? Não, então é hobby, né. Mas eu gosto muito, eu queria me profissionalizar, então, quando você começar a ganhar dinheiro, quando você começar a ter um sucesso relativo nisso, aí é um trabalho, né, enquanto você não tem que, enquanto você não precisa de outra coisa que, né, é hobby, ou é uma renda extra, né (Brave)

A instabilidade da remuneração financeira na atividade serve aos interesses da empresa em um sentido direto e material, transferindo para o trabalhador plataformizado possibilidades de ônus financeiro, se desresponsabilizando pelas variáveis que possam afetar a entrada de renda; também se coloca em um lugar de neutralidade frente ao trabalhador, se desvencilhando da posição de empregador e estabelecendo um local de “colaboração mútua”. Mas, para além disso, estes fatores favorecem a empresa também em um aspecto mais subjetivo: se trabalhar está associado a retorno financeiro, se eu não recebo, posso chamar de trabalho? Se a plataforma não é minha empregadora, a quem eu responsabilizo pela impossibilidade de subsistência financeira na atividade? A construção da imagem de si como trabalhador é afetada pela falta de vínculo, instabilidade da atividade, reconhecimento de pertencimento à uma classe, mas também pela falta de segurança na remuneração pelo seu trabalho.

Para além da ausência de categorias estáveis de análise do trabalho plataformizado (Abílio, Amorim e Grohmann, 2021), os percursos socioprofissionais e histórias familiares dos *streamers* ouvidos também se mostram importantes bases para o não-reconhecimento da função enquanto atividade laboral. Bianca, por exemplo, é a única que obtém do *live streaming* a sua subsistência financeira - mesmo que não diretamente da plataforma, mas sim majoritariamente do patrocínio obtido de uma casa de apostas em jogos eletrônicos -, mas ainda assim não reconhece a atividade como trabalho. Para ela, a ideia de trabalho remonta ao sacrifício, ao cansaço e à ausência dos seus pais durante a sua infância. Exercer uma atividade desejada, fácil e prazerosa para ela a desqualifica o *status* de trabalhadora:

Assim, é engraçado dizer, porque eu falo que o streamer não trabalha, né? Streamer é streamer, assim. É uma coisa que exige muito tempo. Mas é uma coisa muito leve que a gente tem que fazer. Tem os horários fixos, mas, assim, eu não tenho que acordar cedo. Não preciso de uma formação para fazer isso. Não é uma coisa que exige muito de mim, assim. Exige naquele momento, porque, obviamente, a gente está dando nossa atenção quando você está fazendo a live e tal. Mas eu não sei se eu vejo como um trabalho, não. Eu vejo mais como um hobby. Está me pagando e está dando certo. Está me recompensando de alguma maneira (Bianca)

Ao mesmo tempo, quando descreve sua dedicação semanal para as *lives*, Bianca expõe uma rotina de seis dias de trabalho por semana, com folga na quarta-feira e dedicação de quatro a doze horas diárias, passando no mínimo 26 horas semanais em *live*, sem contar outras atividades de produção de conteúdo para outras plataformas de mídia social, manutenção de comunidade e contato com patrocinadores. Da mesma forma, sinaliza frustrações com a atividade, como depender do patrocínio de uma casa de apostas, o que ia contra aos seus princípios anteriormente; assim como estar “presa” ao conteúdo de apenas um jogo, visto que sua audiência se construiu ao redor dele e também seus contratos de patrocínio: “Eu queria mudar porque estou cansada de LOL, mas meus números, quando não são de LOL, são muito baixos. A galera que me assiste, assiste por conta do LOL, porque foi onde comecei e é onde estou”.

Brave, assim como Bianca, traz outras referências do que entende enquanto trabalho. Ele tem como comparativo de trabalho a atividade que exerce formalmente, como assistente de marketing. Brave passou por diversos empregos que não gostava ou até mesmo que lhe causavam sofrimento, como atendente de telemarketing, suporte técnico em empresa de mobilidade por aplicativo, assim como o emprego atual de assistente de marketing. Todas estas atividades foram e são exercidas exclusivamente pela necessidade de garantir subsistência, e relata não encontrar prazer ou reconhecimento ao exercê-las. Assim, a atividade de *live streaming* é posta em comparação à frustração vivenciada no seu emprego formal: “as oito horas que eu tenho que passar no meu trabalho tradicional são arrastadas para as cinco que eu faço live... parece que passa voando, parece que é um negócio assim, que não vejo, não sinto” (Brave).

Priscilla situa o *live streaming* da mesma forma, em comparativo com trabalhos anteriores e atuais: começou a trabalhar como babá aos 12 anos e na adolescência, foi costureira; aos 18 anos teve seu primeiro emprego formal como vendedora em loja de roupas e hoje, já formada no ensino superior, é professora temporária na rede pública de educação. Trabalho, para Priscilla, sempre foi “o método de sobreviver” [sic]. Priscilla ainda adiciona que, mesmo que veja o *live streaming* como hobby, pois nele não recebe o suficiente para viver, tem nas *lives* uma forma de rentabilizar seu tempo livre:

Olha, eu sou pobre, então eu trabalho com tudo que eu preciso. Mas hoje eu atuo como professora. Professora de educação física. Trabalho 40 horas semanais. 20 horas num município e 20 horas em outro. À noite eu faço live e tenho como... Hoje não como um trabalho, mas mais como um hobby, né? Que traz um apoio financeiro ali às vezes. Mas mais como um hobby. Eu também faço crochê. Então aceito encomendas, sou artesã.

O *live streaming*, então, ao mesmo tempo que é visto enquanto uma possibilidade de carreira futura, também é reconhecido no presente enquanto uma forma de lazer, embora não se limite a isso; é, também, um complemento de renda, que, no caso de Priscilla, participa da miríade de atividades desempenhadas por ela para garantir sua subsistência financeira. Apesar de demandar trabalho, tempo e ter um retorno financeiro baixo, o *live streaming* não é demarcado enquanto um trabalho mal remunerado, mas sim enquanto como lazer/socialização, pois é percebido enquanto um momento de alívio na rotina estressante vivenciada por Priscilla.

A precariedade no trabalho plataformizado é tópico frequente ao ser estudado o trabalho de produção de conteúdo em plataformas (Poell, Nioberg e Duffy, 2022). Haven (2016, p. 81) afirma que vivemos a era do trabalho precário, na qual “empregos estáveis e em tempo integral foram substituídos por trabalhos episódicos, de meio período, baseados em contratos, onde espera-se dos trabalhadores que entendam a si mesmos como gestores de risco individualizados num mundo implacável e de competição feroz”²⁷. A precariedade no trabalho se caracteriza, então, como uma condição de instabilidade, insegurança e individualidade no trabalho, a qual seria exacerbada com a plataformização das atividades laborais (Caminhas, 2024). Poell, Nieborg e Duffy (2022), estudando o trabalho de produção de conteúdo em plataformas, caracterizam alguns aspectos que marcam a precariedade do trabalho nestas empresas: a dependência dos produtores de conteúdo nas plataformas; responsabilização dos trabalhadores e imposição da autogestão; a instabilidade nos pagamentos, regras e contratos; e a subordinação do trabalho criativo e emocional às regras do mercado, do algoritmo e ao engajamento da audiência. Apesar do relato frequente de tais características no trabalho de *live streaming*, os participantes entrevistados não o reconheciam enquanto um trabalho precarizado - mesmo que mal-remunerado, mesmo que dependente de uma plataforma, mesmo que instável -, mas sim o demarcavam como um lazer possivelmente remunerado.

²⁷ Texto original: full-time, permanent employment has been replaced with episodic, contract-based, part-time and temporary jobs, workers are expected to understand themselves as individuated risk managers in an unforgiving, dog-eat-dog world.

Como discutimos no segundo capítulo, a informalidade do trabalho no Brasil é estrutural e precede a plataformização do trabalho (Abílio, Amorim e Grohmann, 2021). Por isso, é importante localizar o contexto no qual este trabalho ocorre para que compreendamos sua definição para os trabalhadores que o exercem. Caminhas (2024), estudando o trabalho de *camming* desempenhado por mulheres brasileiras e o reconhecimento da precariedade na atividade, fala da importância do contexto laboral nacional para pensarmos a percepção de trabalho precário para os trabalhadores. Isto porque, para as participantes de sua pesquisa, o *camming* era analisado em comparativo aos trabalhos anteriores: informais, mas também formais e com direitos trabalhistas; mas que remuneram pouco, demandam muito e não garantem autonomia ou reconhecimento na atividade. Assim, a concepção de precariedade é localizada de acordo com a história de vida do sujeito e de sua realidade social, econômica e cultural (Caminhas, 2024). Para Caminhas (2024), ainda que a discussão sobre a precarização do trabalho pela via das plataformas seja válida, no contexto nacional, mesmo o trabalho formal é precário. Assim, estas novas formas de trabalho desempenhadas em plataformas são percebidas pelos trabalhadores em comparativo com experiências laborais precedentes com as quais estão familiarizados.

Abílio (2017, p. 6), retomando o conceito de viração proposto por Vera da Silva Telles, aponta que o trabalho no Brasil se dá em um contexto de “um constante agarrar-se às oportunidades, que em termos técnicos se traduz na alta rotatividade do mercado de trabalho brasileiro, no trânsito permanente entre trabalho formal e informal [...], na combinação de bicos, programas sociais, atividades ilícitas e empregos”. A prática de "viração" reflete a necessidade de trabalhadores brasileiros de buscar fontes de renda alternativas em um cenário de alta taxa de desemprego e precariedade no emprego formal (Caminhas, 2024). Caminhas (2024, p. 14) ainda analisa que as plataformas se adaptam ao *modus operandi* da viração, “modelando a precariedade para caber na racionalidade laboral específica de dada realidade local”²⁸, participando, então, da lógica estabelecida no contexto brasileiro.

A forma com que o *live streaming* parece participar do contexto brasileiro de trabalho, diferente do observado por Caminhas (2024) com as plataformas de *camming*, não é pela via da estabilidade e da melhor remuneração, ainda que também haja a promoção da ideia de autonomia. No *live streaming*, são obtidos o prazer e o reconhecimento não encontrados em trabalhos formalizados - como desenvolveremos melhor no próximo tópico -; mas, também,

²⁸ No original: “platforms shape precarity to fit a particular local labour reality”

participa da lógica de viração ao promover a possibilidade de rentabilizar um *hobby*, fazendo de uma atividade que remete ao lazer uma possível fonte de renda complementar.

Porém, se reconhecer enquanto alguém que realiza um trabalho, voluntariamente, de maneira mal-remunerada ou até mesmo não-remunerada parecia estar vinculado a uma ideia de fracasso individual. Assim, o *streamer* não “merece”, em sua perspectiva - e mesmo na de familiares e amigos -, ser rotulado enquanto trabalhador na atividade. Algumas estratégias defensivas de racionalização (Dejours, 2011b) são utilizadas pelos *streamers* para validar a atividade. A racionalização, enquanto uma forma de defesa psicológica, ocorre quando “o indivíduo, diante de uma realidade que é percebida como potencialmente desestruturante (mas da qual ele não pode prescindir), recorre a uma justificativa sofisticada, um raciocínio especioso, para evitar a irrupção do sofrimento oriundo das contradições deontológicas vividas em suas atividades” (Viana Braz, 2020, p. 275). No contexto em questão, os *streamers* evitam o sofrimento do trabalho não-remunerado e não reconhecido ao tratá-lo enquanto um investimento para o futuro, ou ao apresentar histórias de sucesso aos conhecidos e familiares.

Mas depois que eu sentei e expliquei pra eles como é que funciona, deu pra brincar e falar, satirizar assim. Cara, tu já pensou que tu pode ganhar dinheiro fazendo um vídeo de 15 segundos? Tu ganha muito dinheiro. E se tu fizer um de 30, muito bem feito, tu ganha duas vezes, três ou quatro vezes mais? Sim. É mais ou menos isso que eu tô no rumo. Aí, quando a gente traz os dados, né? Porque não tem como, né? Trazer dados assim, trazer os exemplos. Pô, esse cara aqui, ele trabalha jogando online, né? Que é a parte da stream que eu tive que explicar pra minha família. [...] E aí, explicando isso pra eles, eles... Pô, que show. E aí, eles começaram a ver com outros olhos (Phelippe)

Porém, quando a invalidação vem de “dentro” da comunidade, explicita-se a fragilidade do discurso interiorizado, colocando a estratégia defensiva em xeque. Um ponto que simboliza isso é a indignação dos trabalhadores entrevistados quanto à fala do CEO da Twitch, trazida na introdução deste trabalho. Quatro dos sete entrevistados trouxeram para a conversa menções à entrevista dada por Dan Clancy aos *streamers* brasileiros, frustrados com o posicionamento do CEO, que desresponsabilizava a plataforma pela instabilidade da renda obtida na atividade, colocando o *live streaming* enquanto uma fonte de renda extra e invalidando-a enquanto um trabalho.

Mas quem quer tirar como trabalho quer receber daquilo dali. Entende? Então se tu quer tirar como trabalho coloca-se no lugar dessa pessoa que ouviu: “você não deveria levar isso como trabalho”. E o cara ser o CEO do negócio... entende o impacto que causa na pessoa? Então é um negócio complicado. E essa é a mudança que eu senti. Que agora quem cuida da Twitch mostrou que tem regiões [do mundo] que eles simplesmente só não se importam (Phelippe)

A prevalência de menções à fala do CEO nos sinaliza que há uma busca por validação da atividade enquanto um trabalho, a qual se espera obter no futuro, quando atingir o sucesso financeiro. Porém, tal fala ocasiona a quebra desta estratégia defensiva; a racionalização feita, de que no futuro será trabalho, entra em conflito com o posicionamento da empresa de que, se quiserem um trabalho estável, “que busquem no Starbucks”. Essa quebra gera angústia, sofrimento e frustração, assim como demanda a construção e internalização de outro discurso. Ao demarcarem o *live streaming* enquanto uma atividade de lazer, *hobby* ou aproveitamento de um tempo livre, o *streamar* ganha uma justificativa socialmente e subjetivamente aceita, assim como frequentemente utilizada na comunidade de *streamers*:

[...] faço live, tipo, sei lá, das nove até meia-noite, praticamente. Eu falo, ah, vou jogar um pouquinho. Às vezes eu ficava muito, muito cansada e fazia, tipo, só uma hora e meia de live, mas eu tava ali, tipo, meio que conversando e estudando ali, tipo, pra ficar um pouquinho com o pessoal, porque eu sinto também que o tempo que eu ficaria, tipo, descansando a cabeça jogando ou quieta, assistindo filme, eu posso usar fazendo live também (Laura)

Haiven (2016, p. 107), discorrendo acerca da financeirização e seus desdobramentos culturais e subjetivos, desenvolve a ideia de que no estado atual do capitalismo “a mente e a alma são colocadas para trabalhar em adição ao corpo²⁹”, borrando as distinções entre trabalho e vida, entre jogo e labor. Para o autor, os jogos - que, inicialmente, seriam apenas para lazer -, são atravessados pela lógica financeira e promovem a criação de valor por parte de seu público consumidor (Haiven, 2016). As plataformas-empresas de *live streaming*, enquanto promotoras de uma atividade de trabalho pautada no jogo e na socialização, encontram sua rentabilidade e até mesmo possibilidade de existência na financeirização do tempo de lazer, e na realização da atividade no tempo vago, extraíndo valor para além do vínculo de trabalho.

A rentabilidade do *live streaming*, porém, ao mesmo tempo em que é promovida como fácil - ganhe dinheiro fazendo o que ama - é, simultaneamente, responsabilizada integralmente ao *streamer*. Para receber pela atividade, não basta se manter na ideia de desempenhar seu *hobby* de forma pública: é preciso organização do trabalho.

Porque, de certa forma, a live também é um trabalho. Quer queira, quer não. Se estabelecer uma meta, se estabelecer um período, uma frequência, isso basicamente funciona como se fosse um trabalho. Mas eu tento fazer com que isso seja um momento de lazer meu, até porque eu pego o meu momento de lazer pra poder fazer a live. Senão, eu não faria. Porque o meu tempo é muito curto hoje em dia (Caitlin)

²⁹ Texto original: “the mind and soul are put to work in addition to the body”.

A rotina dos *streamers* que conciliam as *lives* com outras atividades remuneradas é marcada por tentativas de preencher os espaços vazios com “investimentos” em um possível sucesso na carreira de criação de conteúdo. As *lives* ocupam os horários de lazer e descanso; o horário de almoço ou o tempo no transporte público são marcados por esforços em editar vídeos de formato curto, realizar cortes de *lives* ou interagir/publicar em outras redes sociais. Mesmo o tempo direcionado para a *live* sofre novas rentabilizações, como o *multistreaming* realizado por Brave, que realiza *live* simultânea na Twitch, no Youtube e está estudando para adicionar o TikTok como seu terceiro canal de obtenção de audiência. Como salienta Priscilla, “não existe mais a profissão *streamer*”: não basta fazer *lives* em uma única plataforma para conseguir obter sucesso no *live streaming*. É preciso exercer uma miríade de atividades em diversas outras plataformas de forma a captar e direcionar público para as *lives*, lugar visto como desejável tanto pela característica da atividade, quanto pela possibilidade mais demarcada - ainda que nem sempre concretizada - de monetização.

Normalmente, quando a gente leva stream como trabalho, a gente não faz só stream. E isso vai depender 100% das condições que o streamer vai ter, por exemplo. Existe alguém ou alguma forma de você conhecer alguém que seja um editor de vídeo, por exemplo? Porque a gente sabe que boa parte das vezes os streamers vão ser conhecidos por clipes. [...] Então, essa parte do trabalho, se tu normalmente é o streamer que quer viver disso, às vezes, se tu não tem essas condições de ter, por exemplo, um editor, tu vai ter que ser o streamer, o editor, o cara que faz o roteiro, o cara que procura as marcas, o cara que divulga o Media Kit, o cara que vai atrás, necessariamente, de network e por aí vai. Então, às vezes, o streamer, quando ele não tem esse acompanhamento ou não tem outras pessoas que queiram investir no seu projeto, tu realmente vai levar como trabalho, porque tu vai ter que ir atrás de tudo. E aí bate muito na parte, às vezes, de saúde. Como tu vai ter tempo para viver a tua própria vida, não perder momentos com a sua família ou com o seu cônjuge, o que for, ou seus momentos mais particulares de descanso. E se tu não tem essa visão de frutos e tal, tu está levando mais como trabalho” (Phellipe)

Desta forma, na perspectiva dos trabalhadores da plataforma, manter o trabalho do *live streaming* enquanto rentável implica uma dedicação que não condiz com a ideia de que a atividade seja apenas um *hobby* passível de ser rentabilizado. Como dito por Brave durante o grupo de devolutiva, “é preciso trabalhar muito pra começar a ter o direito de chamar de trabalho”. Isto porque a estrutura da plataforma demanda que seja feito um trabalho para além das *lives* para que consigam mantê-las; “a Twitch não é uma plataforma de descoberta”, como enfatizado por Brave, Caitlyn e Antônio. A gestão do conteúdo e dos *streamers* que é realizada pela plataforma dificulta que *streamers* com públicos menores, ou que começaram recentemente na atividade, sejam encontrados por novos membros da audiência. A página inicial, como já mencionamos, passa por uma curadoria de conteúdo e, para figurar nela, é preciso receber um convite da plataforma. A página de descoberta organiza, de forma

automática e pré-estabelecida, *streamers* pelo número de *viewers** ativos, do maior para o menor. As mulheres que participaram desta pesquisa também trouxeram frustração quanto a uma sensação de que, para as *streamers*, é mais fácil aparecer na *front page* se caso realizar *lives* de cunho sexual, e não de jogos. Priscilla, por exemplo, sente que está “competindo” pela atenção de um público masculino e que, logo, a plataforma privilegia aquilo que mais atrai a este público - o conteúdo sexualizado. Conforme observado por Poell, Nioborg e Duffy (2022), a economia das plataformas de produção de conteúdo pode exacerbar desigualdades existentes, reproduzindo desigualdades sociais e tornando o percurso profissional mais difícil para trabalhadores pertencentes a minorias, limitando suas possibilidades de visibilidade e, logo, ampliando a precariedade de seu trabalho.

Retornando à questão da dificuldade de ser descoberto na Twitch, é importante salientar que a plataforma, inclusive, conta com e incentiva a produção de conteúdo em outras mídias sociais. Na escola para novos criadores da Twitch (2024), a produção de conteúdo em outras mídias e seu uso para realizar a manutenção de comunidade do *streamer* é mencionada algumas vezes. Sob o caminho de aprendizagem - como nomeado pela empresa - “Estabeleça sua marca”, a orientação aparece em dois momentos: no capítulo “Engajando os espectadores”, recomendando manter conexão com a comunidade mesmo quando “offline”, ou seja, fora das *lives*, utilizando das mídias sociais; e também há um capítulo dedicado ao trabalho em outras plataformas, “Estratégia para mídias sociais”, com sugestões de ação que envolvem desde interagir com outros criadores de conteúdo até formas de chamar à atenção do público. A plataforma indica que o *streamer* “Mostre a sua marca com consistência na Twitch e em plataformas sociais. Use o nome do seu canal como nome social, ou torne os dois nomes bem próximos um do outro para ajudar os seus espectadores a encontrar você” (Twitch, 2024). Desta forma, realizar *streaming* pressupõe um trabalho muito além das *lives*, o que demanda tempo para além do que seria um momento de lazer.

Entra naquele primeiro momento, naquele primeiro sentimento de, pô, é um trabalho, eu quero que isso seja o meu trabalho. Mas ao mesmo tempo, hoje, é trabalho, porque demanda tempo, tem organização, tem horário para começar, horário para terminar, existe uma remuneração mínima que seja, né, mas acho que é porque eu também me sinto frustrado de não ser a minha atividade principal, mas eu não me sinto frustrado de fazer, né, de estar lá todos os dias, de dedicar meu tempo a isso, né. Então acabo entrando nessa dualidade do é hobby, é trabalho, é hobby, é trabalho (Brave)

No *live streaming*, ainda que não haja o ganho financeiro superior ou mesmo comparável ao trabalho formal para a maior parte dos participantes para que seja reconhecido enquanto uma forma de trabalho, os *streamers* percebem a atividade enquanto mais

recompensadora por outra esfera: a do reconhecimento, do sentido encontrado no *live streaming*.

4.2 “Para o menor dos mundos, você tem relevância”: reconhecimento, pertencimento e sentidos na atividade de *live streaming*

Todos os participantes desta pesquisa são *streamers* há anos, e a maior parte deles jamais recebeu um pagamento mensal da plataforma, direto da audiência ou de anunciantes/patrocinadores, que fosse suficiente para garantir sua subsistência. Apesar da possível justificativa de que esta atividade se caracterize apenas enquanto um *hobby*, conforme analisamos no núcleo anterior, ela carrega estrutura, organização de trabalho, planejamento, materialidades, metas e, também, contribui - ainda que precariamente - para a renda atual dos *streamers* e é carregada de esperança de remuneração futura. Mas seria a esperança - que discutiremos melhor no próximo núcleo - suficiente para manter um engajamento rotineiro e disciplinado em um trabalho mal remunerado? Argumentamos que não. Retomando a discussão das esferas do trabalho conforme realizada por Gaulejac (2024), cabe deslocarmos nosso olhar por um instante do aspecto financeiro de um trabalho e nos atentarmos à outra esfera que o compõe: o Ser.

Gaulejac (2024, p. 58) salienta que o trabalho “[...] não representa somente um ‘interesse’ porque se remete ao dinheiro. Refere-se ainda a muitas outras coisas: ao status, às relações sociais, às competências, ao reconhecimento, bem como aos ‘capitais’ que fundam a existência social”. Refere-se ao capitais, no plural, pautado na proposta de Bourdieu (1986), argumentando que, para além do capital econômico - representado pela remuneração -, o trabalho também se refere ao capital social, ao permitir acesso às redes de socialização; ao capital cultural, a partir da apreensão de um “saber-fazer”; e ao capital simbólico, participando da formação de um status social e da sensação de reconhecimento (Gaulejac, 2024). Assim, para além do financeiro, o trabalho possibilita o pertencimento a um grupo e diferenciação de outro, o reconhecimento de habilidades e qualidades, e o desenvolvimento de técnicas e novas habilidades; enfim, o trabalho representa uma forma de realização de si (Gaulejac, 2024). Como aponta Viana Braz (2021, p.56), “articulando os registros do Ter e do Fazer, a dimensão existencial do trabalho (Ser) se revela na atribuição singular de sentido que damos às nossas atividades e relações com nosso trabalho”.

Para exemplificar melhor como o *live streaming* ganha este espaço na vida dos sujeitos, apresentaremos a história de vida de Laura. Laura relatou ter sido uma criança muito sozinha. Os pais eram separados e sua mãe trabalhava muito, então foi criada pela avó, que era bastante rígida. Via o pai apenas aos fins de semana, mas não tinha uma boa relação com ele. Contou que há algum tempo encontrou um diário de sua infância, no qual havia escrito que quando estivesse triste, era para conversar com seus ursinhos de pelúcia, o que fazia com frequência, pois não sentia que tinha com quem falar. Sente que o trabalho de *streamer* que realiza foi uma forma de satisfazer “a Laura criança”: consegue se expressar, conversar e conhecer pessoas novas. Quando perguntei sobre o que entendia por trabalho, Laura disse que para ela era o que a mãe fazia: estava sempre ocupada no computador ou no telefone falando com clientes. Falou que sempre queria acompanhar a mãe, que às vezes trabalhava de casa como autônoma, então se sentava ao seu lado com um notebook fingindo trabalhar e atendendo as ligações antes que a mãe ou a avó chegassem ao telefone. Disse que nunca se imaginou como CLT, que sempre quis trabalhar como autônoma, como a mãe, tendo flexibilidade para trabalhar de casa e fazer seus próprios horários.

Passou a conviver mais com a mãe aos 12 anos, quando esta comprou um apartamento e foram morar juntas. Laura tem uma irmã mais velha, hoje com 27 anos e que atualmente mora em Portugal. Se dão bem, mas a diferença de idade impedia que ela se sentisse próxima. Com a pandemia, ela e a mãe tiveram de se conhecer de verdade, pois a irmã já havia ido embora e as duas estavam confinadas em casa, sozinhas. Foi neste momento também que Laura começou a fazer *lives*, ao final de 2021. Fazia de madrugada, por vergonha da mãe a ouvir. Mas quando a mãe soube o que ela estava fazendo, deu muito apoio, e foi um importante ponto de aproximação das duas. A mãe ficou feliz de ver o desenvolvimento de sua capacidade comunicativa, e a ajudou a montar cenário, o *setup*, a gravar conteúdo para outras mídias sociais e até mesmo participava das *lives* de Laura. A mãe, inclusive, já participou de *lives* e palestras acerca de pais de *gamers*/criadores de conteúdo, contando da experiência delas. A mãe e a avó a apoiam muito, e acham legal que ela trabalhe com isso.

O pai, porém, sempre achou besteira os seus interesses, o que inclui o *live streaming*. Ele queria que ela cursasse Educação Física e se vestisse de forma diferente, menos chamativa. O pai apenas respeitou o *streaming* como trabalho quando ela o levou para a *gaming house** na qual trabalhou por um tempo. Para ela, a necessidade de se defender e se afirmar frente ao pai fez com que ficasse mais firme nas *lives*, frente aos comentários sexuais ou pejorativos que sofreu. Além dos pais, disse que seus colegas de trabalho e amigos acham

muito legal que ela seja *streamer*, a chamam de “famosinha”, o que ela acha muito engraçado. Disse que às vezes assistem suas *lives* e fica com vergonha, pois é mais “solta” na *stream* do que em pessoa. Conheceu seu namorado através do *streaming*, pois ele trabalha com *esports*, e ambos se ajudam com divulgações, contratos e parcerias. O namorado quer fazer *streaming* também e ambos planejam fazer *collabs*.

Fazer *lives* foi a primeira experiência de trabalho de Laura. O início, na pandemia, com 16 anos, foi uma forma de se aproximar dos amigos da escola, sem nem câmera ou microfone, apenas compartilhando o jogo na Twitch. Porém, pegou gosto e, se espelhando em outras *streamers*, começou a fazer *lives* diárias. Disse que é uma pessoa muito tímida, que sentia vergonha que soubessem que fazia *lives*, mas que se soltava mais na frente do computador falando com estranhos. Com ajuda da mãe, comprou um computador, *webcam* e microfone, e iniciou suas *lives* de forma mais profissional. Após dois meses, veio o *status* de “afiliada”, mas apenas 6 meses depois, fazendo *lives* diariamente, conseguiu sacar seu primeiro pagamento (na época, havia o mínimo de 100 dólares para o saque; hoje, o mínimo é de 50 dólares).

Laura falou que o primeiro pagamento fez com que se sentisse recompensada, mesmo que fizesse apenas por *hobby* até então. Após isso, passou a se cobrar mais, de manter as *lives* com frequência e consistência. Exceção da maior parte dos *streamers*, Laura conseguiu contratos com times e parcerias com empresas, recebeu 1800 reais apenas da Twitch em um mês, e chegou a trabalhar em uma *gaming house* e a fazer *lives* transmitindo campeonatos e cobrindo eventos de jogos. Mas havia começado duas faculdades na intenção de garantir emprego na área - faz publicidade e tecnólogo em mídias digitais -, e começou a sentir dificuldade de manter a rotina das *lives*, além do que foi demitida subitamente após uma mudança de gestão na *gaming house* em que trabalhava. Conseguiu um estágio na área de publicidade - acredita que sua experiência e habilidades desenvolvidas no *live streaming* foram fundamentais para isso - mas segue fazendo *lives* e produzindo conteúdo no tempo livre para atrair novos espectadores. Faz *live* no mínimo duas vezes na semana, com ao menos três horas de duração, sempre à noite, após encerrar as coisas do seu trabalho e da faculdade. Encerra as *lives* pela meia noite, mas depois faz cortes de *live* para postar no X (antigo Twitter), agradecendo aos que participaram, e também na esperança de viralizar. Disse que acorda cedo para poder editar clipes da *live* para postar no Instagram e no TikTok, o que muitas vezes faz no caminho para seu trabalho/faculdade e no horário de almoço. Hoje, recebe o pagamento mínimo da plataforma de 50/60 dólares a cada dois meses, e não recebe

doações via pix. Reinveste parte do dinheiro de volta nas *lives*, seja em equipamentos, jogos, e sorteios/premiações para a audiência.

Apesar de sua dedicação, Laura também afirmou que *streaming* é um hobby para ela. Disse que acredita que seja um trabalho, pois tem quem viva disso, e que já foi um trabalho para ela também; mas que nesse momento faz por hobby, tentando cativar uma audiência e manter uma imagem para que, quando terminar as graduações, possa se dedicar mais a isso. Seu sonho é ter sua casa com um estúdio para que possa *streamar*. Falando de dificuldades, trouxe que sente principalmente ao se cobrar muito quando não consegue manter a frequência no *streaming*, e também da dificuldade em conciliar as faculdades, o trabalho e a produção de conteúdo. Disse que sente muita culpa quando começa a ficar ausente, e que tirou um mês de férias da Twitch uns meses atrás, mas acabou passando o mês planejando *lives* e conteúdo para quando voltasse. Também falou que a dificuldade em receber sendo uma *streamer* pequena, a falta de suporte da plataforma para quem não é parceiro e a impossibilidade de chegar na *front page*, são frustrantes. Contou de experiências em que sofreu ataques em suas *lives*, na qual não teve suporte da plataforma, mas apenas de seus moderadores e *viewers*. Como forma de reconhecimento no trabalho, apontou as amizades que faz - tanto na audiência quanto com outros *streamers* - e, principalmente, a influência que tem para seus *viewers*.

A história de vida relatada por Laura nos ajuda a entender a importância que o *live streaming* pode ganhar na vida dos sujeitos que o realizam. O *live streaming* participou da formação subjetiva de Laura. Mediante essa atividade, desenvolveu sua socialização, teve sua primeira experiência de trabalho, aprendeu habilidades que se provaram úteis para o mercado de trabalho, fez amigos, se aproximou da mãe e da avó, encontrou um espaço no qual era ouvida e, enfim, se sentia reconhecida. Dejours (2011a) enfatiza o trabalho enquanto um dos principais eixos da identidade social de um sujeito. Para Laura, estar em *lives* é parte constitutiva de sua identidade, daquilo que valoriza em si mesma: “a questão de me abrir mais em *live* conseguiu me ajudar a ter, tipo, mais... Não é, tipo, determinação, palavra certa. Acho que coragem, assim. De tá ali realmente mostrando que eu sei o que eu tô fazendo” (Laura).

Apesar das particularidades da história de vida de Laura, muitos destes elementos se repetem nas vivências de outros participantes, ainda que de formas diferentes. A dificuldade de encontrar espaços de expressão e validação na infância e adolescência, a solidão vivenciada nesses momentos; mas também a sensação de pertencimento provinda da atividade de *live streaming*, de reconhecimento pelo público, de importância para uma

comunidade, de possibilidade de socialização e acolhimento por pessoas com um gosto compartilhado: o jogo.

Quando eu comecei, foi pelo hobby e tudo mais. E foi uma tentativa de tentar voltar a socializar porque, assim, fora a minha obrigação que era na escola, e mesmo eu sendo uma pessoa que fala tanto assim, chegou um momento que eu tava me afastando de todo mundo. Tipo assim, de eu encontrar alguém na rua e eu trocar de calçada, evitar as pessoas, não olhar pra frente, sabe? Então, foi uma forma em que eu achei ali de escapar disso e tentar voltar a ser aquela [Priscilla] comunicativa e tudo mais que eu sempre fui (Priscilla)

O sentido no trabalho emerge da possibilidade de reconhecimento, do engajamento subjetivo e da inteligência prática, da construção de vínculos coletivos e da sensação de pertencimento; e, mais ainda, se consolida quando o indivíduo encontra no trabalho possibilidades de confrontar seu sofrimento de maneira criativa, transformando-o em prazer e realização (Dejours, 1992; 2011a; Viana Braz, 2021). É, desta forma, produto da elaboração do agir, do sentir e do significar (Viana Braz, 2021). É por conta desta complexidade implicada na atribuição de sentidos ao trabalho que a “atividade é mobilizadora de prazer, reconhecimento, emancipação, realização pessoal, mas também é vetor de angústia, sofrimento, servidão, alienação e adoecimento” (Viana Braz, 2021, p. 56). Em um cenário de viração (Abílio, 2021), na qual múltiplas atividades são desempenhadas para garantir a sobrevivência, o *live streaming* surge enquanto possibilidade de, além de possível rentabilização do tempo livre, prover prazer, validação e reconhecimento que, muitas vezes, não são obtidos no emprego formal.

Na história de Laura, o *live streaming* entra enquanto uma atividade escolhida por ela, alinhada aos seus desejos de infância, na qual encontrou espaço para lidar com a solidão e a timidez que lhe causaram sofrimento anteriormente. Dejours (1992, p. 160), discorrendo sobre o trabalho, afirma que este é “[...] terreno propício para jogar com o sofrimento, na esperança de que esse desemboque nas descobertas e nas criações socialmente, e mesmo humanamente, úteis”. Para o autor, é a partir da possibilidade de criação frente ao sofrimento e reconhecimento da utilidade de seu trabalho que o trabalhador consegue dar sentido ao seu próprio sofrimento (Dejours, 1992). Isso ocorre porque, de acordo com Dejours (1992, p. 160), “a criatividade confere sentido porque ela traz, em contraposição ao sofrimento patogênico, reconhecimento e identidade. E o sentido afasta o sofrimento porque em contrapartida à repetição (ressurgimento do sofrimento) ele dá acesso a uma história (a experiência vivida)”. Aos sofrimentos iniciais encontrados na atividade - timidez, dificuldade com o domínio técnico necessário para realizá-la, falta de equipamentos necessários -, Laura construiu respostas, desenvolveu habilidades, fez conexões significativas com pessoas do seu

campo de trabalho que a apoiaram, reconheceram seu valor e incentivaram sua continuidade na atividade.

Os trabalhos que os *streamers* entrevistados mantêm fora do *live streaming* - que, de certa forma, sustentam a atividade -, muitas vezes não são vistos como fonte de sentido e reconhecimento. O *live streaming*, então, é visto como recompensador na esfera do Ser: é fonte de propósito, de validação. O *live streaming* supre a demanda por sentido deixada pelos trabalhos remunerados desempenhados na necessidade de subsistência. Discutindo sobre os motivos para continuar a fazer *lives* mesmo sem receber o suficiente, a questão do sentido do trabalho foi a primeira que surgiu. Brave trouxe que “às vezes a sua família não te valida, não acredita que você tem um potencial... mas a tua audiência sim, inclusive pagam por isso”. Antônio, no mesmo sentido, trouxe que “o que me motiva diariamente é o cara que chega para mim e fala que eu to mudando a vida dele, que eu sou o suporte dele no momento ruim. Para o menor dos mundos, você tem relevância”. Mesmo com o pagamento baixo, instável e insuficiente, a remuneração financeira propiciada pela audiência participa da construção de sentido da atividade, favorecendo a sensação de reconhecimento a partir da articulação do Fazer e do Ter (Gaulejac, 2024).

No tópico anterior abordamos como o trabalho de *live streaming* é posto em comparação com outras funções desempenhadas, sendo a precariedade percebida de acordo com o contexto dos sujeitos (Caminhas, 2024). A falta de sentido em outras atividades de trabalho favorece a continuidade dos *streamers* em uma atividade que transborda significados para eles. Falando sobre sua visão de sucesso no trabalho, Brave afirma que

[...] eu já tive essa conversa sobre o que é sucesso então pra você, né, pra mim é conseguir viver disso, pra mim é pelo menos tirar o mesmo valor que eu tiro do meu trabalho tradicional, né, se não, se for considerar só uma questão lúdica, né, uma questão só sentimental da situação, “pô, eu tenho muito sucesso, porque eu consegui cativar essas pessoas que continuam a voltar, eu cansei já de fazer essa pergunta, pô, por que vocês voltam? Por quê? Se tem tanta gente melhor, tanta gente com mais conteúdo, tanta gente com mais qualidade, pra quê? Por que você tá me assistindo? Por que você tá voltando pra mim? E as respostas elas são diversas, mas elas sempre desembocam em uma coisa, pô, parece que eu tô conversando com um amigo, sempre que eu tô lá, eu me sinto seu amigo, eu me sinto uma pessoa próxima, eu me sinto, é, ouvido, eu me sinto, enfim, fazendo parte, pertencendo a algo, né, eu me sinto bem ali, é um lugar que eu me sinto bem... pô, é isso, esse é o objetivo, é um lugar que é pra todo mundo poder conversar, todo mundo se sentir bem, quando tá precisando, ou quando só quer distrair a cabeça, ou quando só quer dar uma risada, né.

Dujarier (2015), ao problematizar as definições de trabalho, afirma que é um erro confundir trabalho e emprego. A autora afirma que é difícil definir o trabalho apenas pelo tipo de atividade: “escrever, construir, plantar, cuidar, programar, consertar, rezar, cozinhar ou

transar, por exemplo, são todas atividades que, de acordo com as formas sociais que as rodeiam, podem ou não ser descritas como ‘trabalho’” (Dujarier, 2015, p. 462)³⁰. A partir desta ideia, a autora define o trabalho enquanto “uma atividade humana que é socialmente qualificada enquanto tal” (Dujarier, 2015, p. 462)³¹. Partindo deste pensamento, podemos entender um pouco mais sobre o conflito apresentado no tópico anterior - se é trabalho ou não -, e também sobre a importância da comunidade no sentido atribuído à atividade.

Esse aspecto da validação social da atividade foi amplamente debatido entre os participantes do grupo de devolutiva. Mesmo aqueles que afirmaram considerar a atividade como um hobby, reconheceram-na como trabalho: falaram da importância que têm para audiência, do conhecimento técnico necessário, e descreveram suas rotinas de produção de conteúdo enquanto rotinas de trabalho. A fala de Antônio, de que este é o universo no qual tem relevância, para além de expressar o sentido da atividade, também demarca o espaço onde ela é reconhecida: dentro de si mesma. Chamar as *lives* de trabalho, para quem não é do meio, implica receber tanto quanto ou mais do que em um emprego formal; ter algo que justifique, ou se assemelhe às referências familiares de trabalho. Mas, entre si e sua comunidade, os *streamers* encontram validação, apoio e incentivo, o que favorece a construção de sentido. Participar de uma atividade socialmente valorizada, ou seja, que seus pares julgam como útil, é fonte de legitimidade para o sujeito (Dejours, 2011a).

O apoio entre *streamers*, inclusive, foi algo que foi solicitado pelos participantes de que constasse na dissertação. Quando foi levantado o ponto de ser uma atividade em que o sucesso é individualizado, a discordância foi geral: “nós crescemos juntos. Ninguém se faz sozinho aqui” (Antônio). Apesar de Bianca ter relatado animosidades e isolamento por parte de outros *streamers* - principalmente homens e com públicos maiores que o seu -, para os *streamers* que estão tentando obter renda nas plataformas, certa solidariedade foi descrita: fazem *collabs*, divulgam o trabalho uns dos outros, se inscrevem no canal, dão *lurk**, fazem *raids**, se apoiam em eventos e *realities*, ensinam uns aos outros acerca de técnicas, algoritmos e equipamentos.

Na última live que eu fiz mesmo, eu tava conversando com um menino. Chegou novo, assim. Aí ele começou a questionar bastante coisa. Tipo, ah, qual microfone você usa? Você faz live desde quando? Quais dicas você dá pra quem tá começando agora? E, meu, tipo, eu parei de jogar pra meio que conversar com ele e virou quase que um workshop de live, assim. Que eu comecei a falar tudo que eu sabia. Então, tipo, ver que eu tô ali, tipo, meio que ajudando outra pessoa também. Ajudando a

³⁰ Texto original: Writing, building, planting, caring, programming, repairing, praying, cooking, or making love, for example, are all activities that, according to the social forms surrounding them, may or may not be described as “work.”

³¹ Texto original: a human activity socially qualified as such.

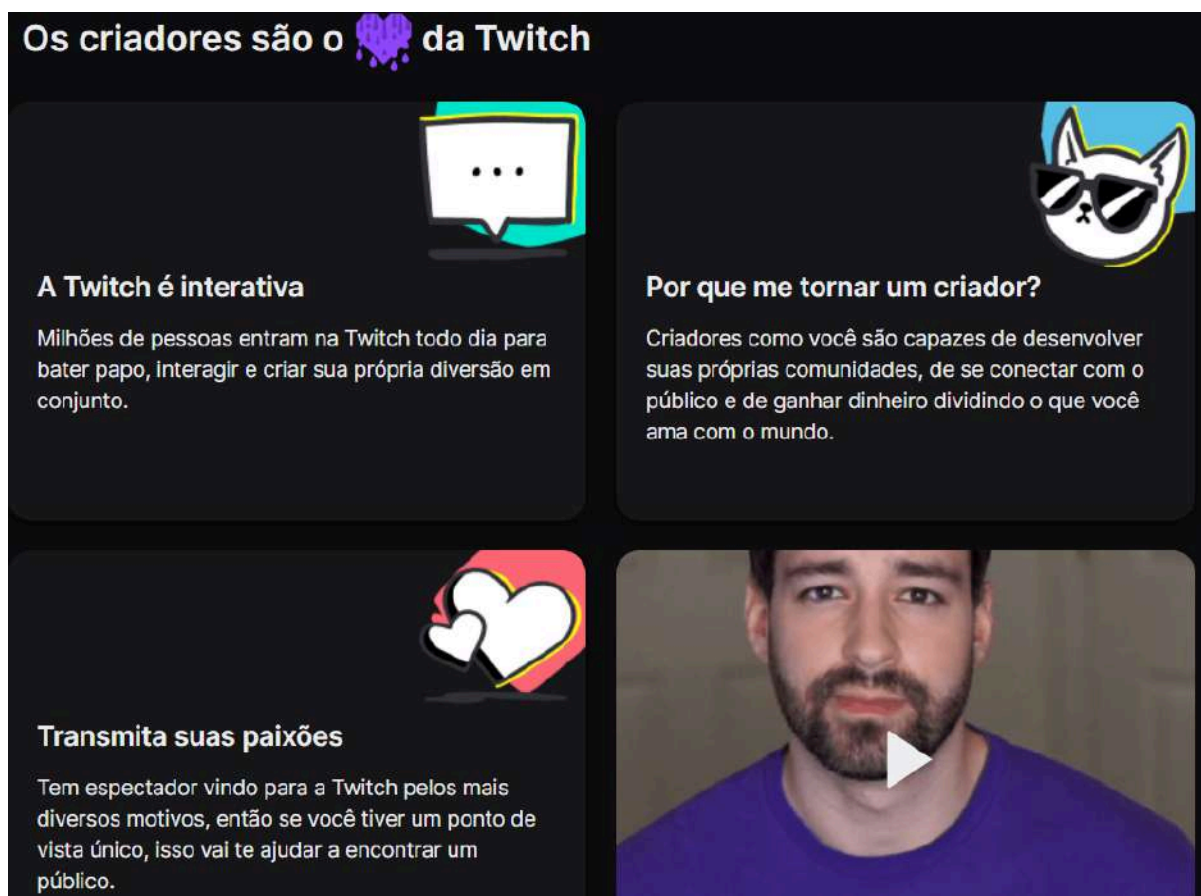
outra pessoa, tipo, seguir o sonho de criar conteúdo. Eu já cheguei a fazer design de bannerzinho, coisinha, pra streamer que, tipo, tava começando agora também. Por que eu tive essa ajuda das meninas da [organização de *streamers* mulheres], de outros projetos, dos amigos que eu acabei fazendo... Então por que eu não posso ajudar outra pessoa também? (Laura)

Quando expressam os motivos que os levaram a começar a *streamar* e destacam as figuras de referência que têm hoje, mencionam outros *streamers*, sobre como se sentiam bem nas *lives* destes, como o conteúdo de outro serviu para que se sentisse pertencente a um espaço, ou se sentisse menos solitário em um momento difícil. Caitlyn, por exemplo, contou como uma *gameplay* de “*Life is Strange*”, realizada pelo *youtuber* e *streamer* “Alanzoka”, foi importante para ela, pois foi a primeira vez que teve contato com narrativas sáficas retratadas de maneira sensível; Laura fez menção a um grupo de *streamers* mulheres que conheceu a ajudou desde o princípio a se expressar melhor, a lidar com público e a melhorar as *lives*; Brave contou que, em um período de adoecimento psíquico que tornava difícil para ele sair de casa, as *lives* de um *streamer* específico eram sua única companhia. Além disso, as habilidades desenvolvidas para realizar as *lives* são eventualmente aproveitadas em outros âmbitos da vida destes sujeitos, o que favorece a perspectiva do *streaming* enquanto uma atividade proveitosa, mesmo que não para o objetivo principal - a remuneração.

Eu gosto muito de mostrar que, principalmente para as pessoas mais velhas, que tem uma cabeça um pouco mais fechada, de como, cara, às vezes não é só um joguinho, às vezes não é só uma streamzinha, às vezes não é só um cara bobo fazendo gracinha, né, existe muita gente boa, muita gente fazendo um trabalho muito bom aí também, e que ajuda muita gente, né, que ajuda, talvez, o seu filho que você não percebe, que está mais distante de você, né (Brave).

Discutindo com os *streamer* durante o grupo de devolutiva sobre esta questão da carga afetiva da atividade, após seus relatos acerca do sentido atribuído ao que fazem e importância social adquirida, um comentário feito por Caitlin mudou o rumo da discussão: “eu acho que não tô sozinha nisso que vou dizer... apesar de ter os fatores emocionais que fazem a gente ficar, sempre tem aquele sentimento de... se eu tiver a oportunidade, vai dar certo. Não vou desistir agora”. Esta mistura de sentido do trabalho e esperança de remuneração não surge nos *streamers* espontaneamente. Ao analisarmos o Painel de Controle do Criador de Conteúdo (Imagem 20), para alguém que nunca fez *lives* na plataforma Twitch, por exemplo, incentivos são estabelecidos associando socialização e monetização, amor e trabalho.

Imagem 20 - Painel de controle do Criador de Conteúdo na Twitch (I)



Fonte: captura de tela do site da Twitch (2024).

O sentido, tão importante para os *streamers*, entra porém como justificativa psíquica para a precariedade financeira da plataforma, invalidando o *status* de trabalhador para o *streamer*, mas mantendo o engajamento em sua realização e evitando o sofrimento da falta de pagamento. Ao mesmo tempo em que o sentido da atividade traz reconhecimento, prazer e pertencimento, seu excesso aqui carrega riscos para o trabalhador. Na Twitch, parece haver comumente uma instrumentalização desse sentido, em especial sob a forma de ocultação da natureza laboral da atividade do *streamer*, ofuscando as contradições da plataforma, inclusive mitigando conflitos, angústias e custos materiais do trabalho.

O sentido do trabalho, aqui, se associa ao mecanismo de defesa da racionalização frente a natureza precarizada da atividade; esta associação carrega o perigo da sujeição irrefletida, uma vez que, como alertado por Dejours (1992, p. 147), “as defesas têm potencialmente os efeitos de adaptação, tomado desta vez em sentido pejorativo do termo. Ao permitir o acesso à adaptação aos riscos, as defesas impedem, parcialmente ao menos, a tomada de consciência das relações de exploração”. A ênfase frequente da empresa no

aspecto comunitário, afetivo e prazeroso da atividade mascara o trabalho efetivamente desempenhado pelos *streamers*, assim como o valor financeiro que agregam para a plataforma, que não retorna para os trabalhadores. O sentido e a racionalização da precariedade se tornam objeto da organização do trabalho na Twitch; não são consequências secundárias, mas sim, parte constituinte do funcionamento da plataforma.

Apesar de estarmos tratando de forma separada do sentido da atividade e de sua monetização, ambas as esferas estão implicadas de forma complexa em um processo que resulta na manutenção de uma atividade sem remuneração; processo este que tem as bases estabelecidas pela plataforma, mas que também é favorecido pela audiência e pelos *streamers*. Como analisa Alves, (2021, p. 101), “como uma tradicional empresa pós-fordista, o Twitch requer tudo do trabalhador, mas não garante nada. Todavia, utiliza-se do outro elo da tríade para ‘segurar’ os trabalhadores digitais; o afeto de seus espectadores”. O sentido do trabalho, ao mesmo tempo em que é fonte de prazer e reconhecimento (Gaulejac, 2024), também aqui se apresenta como uma armadilha: ofusca a precarização existente por trás do “faço o que amo”. O afeto alimenta a atividade; mas a esperança de “virar” motiva sua consistência.

4.3 “Preciso dar o all in”: gestão, esperança e saúde no trabalho de live streaming

Quando Caitlyn trouxe para a discussão em grupo que a atividade não era só por afeto, mas também por esperança, todos concordaram. Caitlyn exemplificou, falando que “eu me sinto como naquele *meme*, sabe? Da pessoa cavando, cavando e parando a centímetros de encontrar os diamantes? É assim que eu me sinto. Por isso não quero parar de cavar. [...] A chave de tudo é a persistência”. A sensação de que já atingiram todos os pré-requisitos necessários ao sucesso estabelecidos pela empresa é generalizada entre os participantes; falta, apenas, *algo* acontecer. Estes marcadores, a princípio, são considerados claros e facilmente atingíveis: a rota para ser um afiliado da Twitch. O formato utilizado - de jogo - é familiar para os *streamers* iniciantes, propiciando instruções iniciais facilmente compreendidas; mas, principalmente, o sistema quebra em pequenas etapas os grandes requisitos para a monetização, causando uma sensação de progresso mesmo sem o retorno financeiro. As conquistas aliviam a angústia do trabalho não-remunerado ao transformar em jogo o processo até a monetização, que recompensa o progresso rumo à monetização (Skardzius, 2020).

Esta estratégia observada na Twitch é compreendida aqui enquanto uma forma de gamificação. A gamificação pode ser definida enquanto a ação de transformar em jogo uma

atividade que não se caracteriza enquanto tal. São utilizados elementos que remetem aos jogos - pontos, metas, recompensas, competição - em atividades de outros contextos, como o trabalho. É uma ferramenta utilizada por empresas e gestores como forma de obter comportamentos desejados dos trabalhadores: agilidade, efetividade, economia (Woodcock e Johnson, 2017). Woodcock e Johnson (2017) salientam que a gamificação não se trata de tornar a atividade divertida, prazerosa ou disruptiva, mas sim de utilizar do lúdico para aumentar o engajamento com as atividades e a eficácia na realização destas. Sendo uma ferramenta de poder, cabe compreender qual o agente que a insere, quem a usa e para qual finalidade.

O uso da gamificação do trabalho na Twitch, além de servir como um passo-a-passo para novos *streamers*, também se apresenta enquanto forma de desresponsabilização financeira da plataforma, que transfere o risco de não-retorno financeiro para o produtor de conteúdo. Os *streamers* são encorajados pela plataforma a se engajar na atividade para além do “compartilhar o que adoram” (Twitch, 2024), seguindo uma lógica utilitarista e financeirizada escamoteada pelos elementos de jogos. Mas, mais importante, o uso da gamificação parece ter a função de alinhar os desejos do produtor de conteúdo aos imperativos da gestão da plataforma através dos pontos, recompensas e gratificação pelas metas atingidas (Woodcock e Johnson, 2017), favorecendo a internalização da gestão, dos valores gerencialistas (Gaulejac, 2007) e da ideia do trabalho não-remunerado como um investimento em seu capital humano (Dardot e Laval, 2016).

Porém, como já mencionamos, atingir a monetização nas plataformas não basta para ser remunerado. Marcadores de sucesso maiores - mas não ditos e bastante abstratos - surgem: ser maior, ter mais público, ser mais visto. Neste sentido, o culto ao desempenho (Gaulejac, 2007) se estabelece. A ideia de resiliência, esforço a longo prazo, dedicação constante e similares são demarcadas enquanto essenciais para alcançar o sucesso, e foram frequentemente levantadas nas entrevistas. Brave, falando de suas motivações para a atividade, fala dessa ideia de progresso e evolução após anos de esforço:

É um negócio que já mexia bastante, que eu já achava sensacional, olhar para os criadores no geral e falar, meu, olha só como é que esse cara, eu via ele transmitindo num quarto com uma câmera fuleira, com microfone com áudio ruim, com o jogo numa qualidade péssima, e olha só como é que ele está crescendo [...]. Então, eu olhava para aquilo e falava, cara, é isso que eu quero, é isso que eu quero ter essa conexão, eu quero ter essa facilidade de mostrar para as pessoas essa evolução de que é possível. É difícil, ninguém está falando que é fácil, mas eu parei para pensar e falei, pô, qualquer área que você quiser se desenvolver, vai ser difícil, vai ser desafiador, qualquer lugar que você quiser trabalhar, qualquer objetivo que você tiver, ele é desafiador se você não se dedicar, se você não tentar... claro, nem tudo é só meritocracia, né, existe de novo, sorte, contato, enfim. Existe N fatores que vão

fazer você se destacar nesse tempo, né, então muitos dos criadores que eu acompanho eles estão aí há muito tempo, são mais de 10 anos investindo nisso, que às vezes eles não tiveram retorno em 5, foi ter retorno depois de 6, 7, 8 anos trabalhando nisso (Brave)

Signos como a meritocracia, esforço individual e resiliência são propagados pelas plataformas, que estabelecem o sujeito enquanto único limite para seu próprio sucesso. A precariedade, como observado por Haiven (2016), encontra novo solo frutífero no âmbito dos “trabalhos criativos”, não apenas encontrando uma forma nova de extração de valor do trabalhador - na sua socialização, seu lazer e expressão -, mas criando um ambiente no qual “certas subjetividades são possíveis, rentáveis e exaltadas” (p. 142)³². Os sujeitos, desempenhando estes trabalhos imateriais/emocionais/criativos, são encorajados a se verem de maneira empresarial, buscando o sucesso “abraçando o fluxo e caos dos tempos precários e financeirizados como oportunidade para a maximização da individualidade, possibilidade criativa e liberdade” (Haiven, 2016, p. 142)³³.

Gaulejac (2007), ao analisar tais tendências sócio-político-econômicas, defende que elas são produtoras e produto de uma ideologia gerencialista, a qual naturaliza a difusão dos processos de gestão, facilitando o exercício de poder e individualizando as trajetórias laborais dos sujeitos, valorizando a utilidade, adaptabilidade e a busca constante por progresso, assim fragilizando as dinâmicas coletivas. Gaulejac (2007) afirma que a ideologia gerencialista é atrativa para os sujeitos que nela se engajam por se vincular a valores correntes na nossa sociedade, como empreendedorismo, conquista por mérito e valorização da qualidade. O autor inclui ainda, nestes valores, o desejo por progresso. O progresso é almejado como positivo por si só e sua ausência é percebida como negativa.

Brave, trabalhando 44 horas semanais em seu emprego formal e realizando 25 horas semanais de *lives* - sem contar o tempo de produção de conteúdo assíncrono e estudo de técnicas -, relatou, no grupo de devolutiva, sentir vergonha e culpa por entender que “tô falhando em não progredir, não me atualizar mais. Por causa do cansaço, me permitir ficar no cômodo, não tá certo”. O perigo de tal movimento reside no esquecimento de que o linguajar de “progresso”, “desenvolvimento” e “evolução” deriva de uma lógica da natureza; nesta lógica, todo progresso leva a certa forma de destruição/regressão, nunca se constituindo enquanto um desenvolvimento linear, perfeito (Gaulejac, 2007). Ao nos engajarmos em um ideal de “progresso por progresso”, apagamos algo em prol deste ideal: as horas de trabalho dedicadas, a lógica de visibilidade oculta em algoritmos inacessíveis, a necessidade de

³² Texto original: it creates an environment in which certain subjectivities are possible, profitable and exalted.

³³ Texto original: embracing the flux and chaos of precarious and financialized times as the opportunity for the maximization of individuality, creative possibility and freedom.

subsistência e manutenção da vida, o sofrimento psíquico, os benefícios para a empresa em manter o trabalhador nesta posição, os capitais requeridos para o “sucesso”.

Pensar em *capitais* no plural, para além do financeiro, a partir da perspectiva de Bourdieu (1986; 2015), nos permite complexificar ainda mais a discussão do trabalho em plataformas. Apesar do discurso frequente de plataformas, *coaches* e até mesmo produtores de conteúdo que vivem disso, o esforço, a constância, o *self-branding* e etc. não são o suficiente para garantir a remuneração do trabalho na produção de conteúdo. “O que sinalizamos como facilidades, familiaridade ou motivações para começar um blog, também pode ser entendido como detenção de algum tipo específico de capital” (Karhawi, 2020, p. 99). Bourdieu (1986, p. 16³⁴), discorrendo sobre o capital, defende que este pode se apresentar de três maneiras:

[...] como *capital econômico*, o qual é imediata e diretamente conversível em dinheiro e pode ser institucionalizado na forma de direitos de propriedade; como *capital cultural*, o qual pode ser convertido, em certas condições, em capital econômico e pode ser institucionalizado na forma de qualificações educacionais; e como *capital social*, feito de obrigações sociais (“conexões”), o qual é conversível, em certas condições, em capital econômico e pode ser institucionalizado na forma de um título de nobreza.

A possibilidade de ser monetizado pode depender, então, de diversos fatores: de seu capital econômico, que possibilita a obtenção de equipamentos para realizar a atividade, mas também de produtos que favorecem *status* - a cadeira *gamer*, o microfone visível, o *headset* - ou que aumentem sua visibilidade - como um jogo no lançamento, no caso do *live streaming* -, e até mesmo da possibilidade de se sustentar financeiramente de outra forma que o permita tempo para exercer uma atividade não remunerada de produção de conteúdo; do seu capital cultural, ou seja, seu conhecimento prévio, habilidades, formação educacional formal e conhecimentos técnicos que favoreçam a produção de conteúdo e o seu manejo nas plataformas (Karhawi, 2020); e do capital social, das relações estabelecidas pelo produtor de conteúdo, suas redes de contato dentro e fora da plataforma, que beneficiem seu crescimento de público, engajamento, e parcerias comerciais.

Então, hoje em dia, eu tenho um PC bacana, que é pra não ter nenhum tipo de dor de cabeça no meio do processo, porque vai desgastando. Então, eu vejo pessoas que eu convivo de live, que tem um equipamento não tão bacana. E aí, qualquer probleminha que acontece, aí já é uma dor de cabeça a mais. Porque, às vezes, é no meio da live, e a pessoa tá fazendo a live já pensando em um dim-dim a mais. Mas

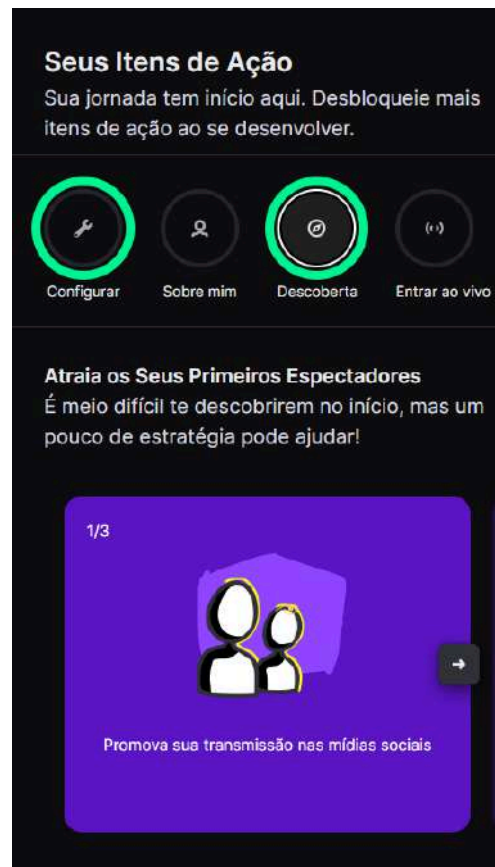
³⁴ Texto original: “as economic capital, which is immediately and directly convertible into money and may be institutionalized in the form of property rights; as cultural capital, which is convertible, in certain conditions, into economic capital and may be institutionalized in the form of educational qualifications; and as social capital, made up of social obligations (“connections”), which is convertible, in certain conditions, into economic capital and may be institutionalized in the form of a title of nobility”

como é que ela vai fazer um dim-dim a mais se ela já tá estressada? E a live com a pessoa estressada também não flui. As coisas não funcionam bacana. Eu acho que a primeira pessoa que tem que se satisfazer pelo que tá fazendo somos nós mesmos. Porque, às vezes, pode não dar, sei lá, ninguém. Não me acontece mais, graças a Deus. Mas se não der ninguém, você tem que continuar lá até dar alguém. Então, se chatear no meio do processo é complicado. Por isso, eu acho que o equipamento ajudou também nesse sentido. Por isso eu fiz esse investimento. Não só no sentido de fazer lives (Caitlyn).

Como salientado por Dujarier (2015), as plataformas, se posicionando neste local de mediadoras entre empresário e consumidor, não necessitam investir nos trabalhadores, em sua capacitação ou na obtenção de tais capitais. Os *streamers* relatam, então, “reinvestir” o dinheiro obtido nas *lives* para tentar melhorar a qualidade das transmissões, ou angariar mais público, ou desenvolver ícones, *emojis* e *designs* para melhorar a marca pessoal, ou comprar decoração para o ambiente, entre outros.

Porque, tipo, eu acabo guardando uma parte também pra investir nisso. Então, tipo, meio que eu separo metade, né. 50% eu vou usar pra coisa pessoal. Tipo, sei lá, quero dar uma voltinha. [...] Tem alguma continha, assim, pra pagar. Eu uso, tipo, uma parte. Porque não é grande dinheiro, assim. Mas, tipo, sei lá, uns 300 reais, assim, que acaba ajudando. E a outra parte eu penso, tipo, ah, vou orçar com alguém um emote novo. Vou comprar um jogo. Vou, tipo, comprar algo pra sortear na *live* (Laura).

Ser visto, no *live streaming*, é ter a chance de ser remunerado. Porém, os critérios de visibilidade nas plataformas não são claros. Parece existir uma parede invisível e dificilmente transponível entre começar a fazer *lives* - de forma profissional e consistente -, e alcançar a visibilidade e a remuneração. “Você tem que ser conhecido para ser visto”, como disse Priscilla; ou, ainda, de acordo com Laura, “Pra crescer dentro da Twitch, assim, então não existe muito apoio. É só se você já é grande”. O início, na atividade, é marcado pelo uso do capital social do *streamer*. A plataforma não “entrega” para o espectador o conteúdo daqueles que estão começando, ou que tem poucos espectadores simultâneos. Assim, é sugerido pela empresa (Imagem 21) que o *streamer* faça uso de suas redes de contato, trazendo, desta forma, novos espectadores para a própria plataforma.

Imagem 21 - Painel de controle do criador de conteúdo na Twitch (II)

Fonte: captura de tela do site da Twitch (2024).

Novamente, os riscos do trabalho são transferidos para o trabalhador, que além de ter que arcar com os materiais necessários ao seu trabalho precisa, também, providenciar a sua audiência. Várias estratégias - que demandam mais investimento e horas de trabalho - são desenvolvidas pelos trabalhadores na expectativa de alcançar a visibilidade, como a produção de conteúdo em outras mídias para captar novos espectadores ou “viralizar”, ou transmitir em qualquer horário disponível e/ou com rotina e consistência, na esperança de receber uma *raid* ou *gank** de um *streamer* grande. A ideia de que é necessário ser “rentável” para a empresa antes de merecer sua atenção é manifestada pelos participantes, que, ainda que alguns sejam críticos dos métodos de visibilidade e remuneração das plataformas, a veem em um local de neutralidade garantido pelo capital: “é uma empresa, gente! Ela precisa ter o dinheiro dela, ela quer dinheiro, ela quer lucro acima de tudo” (Brave). Em uma lógica financeira, a precariedade promovida pela plataforma é justificada. Como apontado por Haiven (2016, p.

51-52)³⁵,

A precariedade não é apenas a norma; ela é uma dádiva, uma oportunidade para o sujeito financeirizado. Com grandes riscos vem a possibilidade de grandes recompensas, e aqueles que falham em elevar o seu “portfólio de risco” pessoal em riqueza econômica (e uma saída da precariedade existencial e econômica) têm apenas a eles mesmos para culpar.

Apesar do discurso de uma possível rentabilização de uma atividade que você faria “de qualquer maneira” - o que já estabelecemos que não é a realidade do *live streaming* -, o investimento total de si na atividade é percebido e promovido enquanto requisito para o sucesso financeiro. “Dar o *all in*” foi um termo que apareceu algumas vezes como o que separa os *streamers* que vivem das *lives* daqueles que, por não rentabilizarem o suficiente, chamam o *live streaming* de *hobby*. “*All in*”, um termo que provém do poker e pode ser entendido como “apostar tudo”, significa investir totalmente em algo. Neste caso, parece significar largar empregos formais e se dedicar integralmente em tentar fazer dar certo a carreira de *streamer*: *lives* extensivas e diárias, produção de conteúdo em diversas plataformas de mídia social, administração de comunidade, *networking*, parceria com empresas, participação em eventos, enfim; tudo aquilo que foi demarcado enquanto parte do trabalho de um *streamer* “profissional”. Brave relata o conflito que vive quanto a isso:

Eu não sou, eu falei, eu não sou mais nenhum jovem, né, não sou mais nenhum adolescente, nenhum garoto, nenhum jovem adulto, né, que possa simplesmente dar esse all in. Nesse ramo a gente fala muito sobre isso e vários podcasts, várias pessoas consolidadas do mercado que eu fui assistir sempre batem nessa tecla do all in. Que chegou num momento da vida que olhou e falou, ó, ou eu dou tudo de mim nisso daqui, ou não vai dar certo. Só que é sempre aquilo, a gente escuta da galera que teve sucesso. E a galera que ninguém sabe que deu esse all in, né, que tentou de verdade e só sumiu. Ninguém nunca vai conseguir contar dessa parte. A gente tem os cases de sucesso, mas os cases que não deram certo, né. Então, eu não dou esse all in por medo.

Aqui, pensamos ser importante relatar a história de vida de um dos participantes, Antônio, para problematizarmos esse ideal de investimento total de si. Antônio vem de família de classe trabalhadora; a mãe trabalhava como bibliotecária na escola privada no qual estudou e o pai passou sempre de um emprego para outro, o que gerava instabilidades financeiras em casa. Contudo, depois de alguns anos se estabeleceu enquanto taxista, atividade esta que desempenha até hoje. A família de Antônio insistiu muito para que ele fizesse uma graduação em Contabilidade, de modo a ter um emprego estável. Antônio, apesar de se interessar por Educação Física, seguiu os desejos dos pais e cursou contabilidade em

³⁵ Texto original: precariousness is not only the norm; it is a gift, an opportunity for the financialized subject. With great risk comes the possibility of great reward, and those who fail to leverage their personal “risk portfolio” into economic wealth (and an escape from existential and economic precariousness) have only themselves to blame.

uma universidade pública; porém, insatisfeito com o curso, abandonou a matrícula no último semestre. Antônio relata que sempre foi “meio empreendedor” [sic]: foi vendedor afiliado da Polishop durante a graduação e também foi fiscal em mais de cem concursos e vestibulares; após sair da faculdade, foi trabalhar como corretor de imóveis, atividade na qual permaneceu por três anos. Contando sobre este seu trabalho, o trabalhador relata muita insatisfação com a instabilidade na remuneração, a rigidez com a aparência e a necessidade de estar sempre disponível para atender potenciais clientes. Antônio sempre gostou muito de jogar, e o jogo era uma forma de desestressar após o cansativo trabalho de corretor. Sua ex-namorada foi quem sugeriu que ele fizesse *streaming*, pois o achava carismático.

Antônio decidiu tentar e viu no *live streaming* uma possibilidade de carreira, iniciando em 2021 com o objetivo de profissionalizar. Monetizou em uma semana, utilizando todos os contatos de que dispunha para conseguir seguidores, *views* e atingir as metas da rota para ser um afiliado; após três meses de *lives*, recebeu seu primeiro saque, de mais de 600 reais. Ainda trabalhando como corretor e após perder três vendas importantes pelo motivo que nomeou o mais raro na corretagem - o vendedor do imóvel desistir da venda -, Antônio viu estes dois eventos enquanto um “sinal de Deus” [sic] de que, no *live streaming*, poderia ter sucesso.

Investiu todo o dinheiro que podia em um bom *set up*, estabeleceu o que chamou de uma marca pessoal vinculada à sua aparência, tornando tudo o mais profissional possível: *design*, redes sociais, agenda de trabalho, *media kit*. Os meses seguintes não renderam tanto quanto os anteriores, não houve doações surpresas como a que precedeu o primeiro saque. Antônio relatou ficar ansioso, se sentir mal ao ver o pai chegando cansado do trabalho e ele ter passado o dia todo jogando, mesmo que visse e organizasse as *lives* enquanto trabalho. Começou a investir o máximo de tempo possível nas *lives* e, em 2022, após realizar algumas *lives* comemorativas de 24 horas e 36 horas de duração, decidiu adotar uma estratégia que já havia visto em outros canais: o “*subathon*”.

O *Subathon* é um evento estabelecido pelo próprio produtor de conteúdo em seu canal. Nele, o *streamer* dispõe em sua tela um contador regressivo de tempo para a duração da *live* e, a cada meta atingida, a cada *sub*, doação ou novo seguidor (a depender das regras estabelecidas pelo *streamer*), adicionam-se alguns minutos, horas ou até dias à duração da *live*. A audiência, a partir das interações - principalmente as pagas - é quem estabelece o tempo das *lives*. O *streamer*, então, permanece em *live* enquanto a audiência demandar: jogando, conversando e até mesmo comendo e dormindo. Antônio tem feito as *subathon* cerca de três vezes no ano, pois nelas é onde consegue arrecadar a maior parte do dinheiro

obtido nas *lives*. Disse que faria mais, mas que se fizer muito o público fica desinteressado, então tenta encontrar o equilíbrio.

A última *subathon*, logo antes de nossa entrevista, foi em comemoração aos três anos do canal e durou quase vinte dias. Nesse período, Antônio jogou, comeu e dormiu na frente da câmera, saindo da *live* apenas para usar o banheiro, resolver o que fosse necessário em casa e fazer terapia. Nesses momentos, contava com ajuda da então namorada (também *streamer*) para transmitir conteúdo, ou de amigos, e também programava conteúdo gravado de *lives* anteriores para passar enquanto dormia. A cada meta de doação atingida, adicionava 24 horas; de *bits* e de inscritos, dez horas. Disse que gosta de estar em *live*, então não tem problema em passar tanto tempo nela. Ao mesmo tempo, contou que dormiu muito mal durante os dias da *subathon*, que estava cansado mas não conseguia descansar; porém, não acha justo reclamar, pois considera que existem trabalhos muito mais cansativos que o dele. Quando finalmente desligou a *live*, após mais de duas semanas, se sentiu estranho, deslocado da realidade. “Era estranho até pensar em sair do quarto”, relatou Antônio. Por este período, recebeu cerca de 170 dólares da plataforma, 420 reais de doação direta da audiência e 100 reais de anúncios de terceiros.

Antônio mencionou sofrimento psíquico por conta do excesso de horas de trabalho, autocobrança e preocupação com o futuro. Disse estar em acompanhamento psicológico, o que o ajudou a validar seu cansaço e reduzir um pouco as horas de trabalho, mas que ainda tem dificuldade em parar. Contou que acorda às 8h da manhã, passa a manhã fazendo divulgação de cortes da *live*, buscando fazer *networking* e estudando estratégias de marketing; à tarde, edita vídeos a partir dos cortes da *live* para o Youtube e Tiktok, e prepara o que for necessário para a *live*; às 18h, inicia a *live*, e encerra às 2h da madrugada. Também tem estudado para concursos de manhã e de tarde, como um “plano B” [sic]. Antônio disse que não conta mais com apoio de amigos de fora do meio das *lives*, que acham que ele está “fazendo papel de palhaço” [sic]. Também disse não esperar nada da plataforma, que ela é uma empresa e está interessada em que ele dê lucro; segundo ele, não faz sentido reclamar, é preciso apenas trabalhar melhor. Também evita pensar no futuro, disse que para ele “só existe o agora” [sic].

Antônio participou de um *reality* de *streamers* recentemente, tendo ficado bem colocado, o que o deu muito ânimo para se dedicar de forma ainda mais profissional às *lives*. Contou que teve mentorias neste *reality* com *streamers* de grande público, que o ensinaram a levar as *lives* como um negócio, a ter uma visão empresarial do *live streaming*. “Eu me vejo como uma empresa agora”, contou Antônio, que inclusive abriu um CNPJ. Neste mesmo

período, passou por um término de relacionamento com sua então namorada, pois ela manifestava muitas preocupações com a situação financeira e o futuro dele. Antônio disse que isso não o abalou, que inclusive fortaleceu mais suas convicções de que um dia vai dar certo no *streaming*, que o lembrou que isso tudo “só depende de você” [sic].

A história de Antônio, além de trazer elementos já apontados anteriormente, nos dá base para pensar dois aspectos importantes: a injunção paradoxal existente no investimento total de si; e, também, o trabalho de esperança. Gaulejac e Hanique (2024), teorizando acerca do adoecimento de trabalhadores no capitalismo financeiro, observam um fenômeno que nomeiam de injunção paradoxal: a imposição ao indivíduo de dilemas impossíveis de serem resolvidos pois demandam resultados incompatíveis. Esta se diferencia de uma simples contradição pois “[...] a escolha é uma solução possível no caso da contradição, enquanto essa solução não é possível no caso do paradoxo” (Watzlawick, Helmick Beavin e Jackson, 1972 *apud* Gaulejac e Hanique, 2024, p. 226). A promoção da atividade de *live streaming*, pela Twitch, é perpassada por objetivos e propostas contraditórias: dedicação total mas sem remuneração; organização de trabalho em uma atividade de lazer; e capitalizar o afeto.

Eu acho que pela frequência que eu tô tendo, eu não levo como um trabalho. Porque, tipo, às vezes... Mesmo, sei lá, de segunda ou terça, que são os dias que eu consigo fazer, eu chego meio cansada, tipo, de coisinhas da faculdade, coisa de trabalho. [...] Então eu sinto que eu não tô conseguindo enxergar como um trabalho igual antes. Por mais que eu queira realmente (Laura)

O “dar certo”, na Twitch, é posto como resultado de uma resposta adequada a duas exigências incompatíveis: ter na atividade um lazer desprezioso, no qual você faz amigos, joga seus jogos favoritos e expressa a unicidade de sua personalidade; mas, também, que se dediquem integralmente, construam uma marca pessoal, estudem tendências de consumo, produzam conteúdo em várias mídias, estabeleçam parcerias comerciais. As orientações aos novos *streamers* deixam claro que, independente do objetivo inicial do sujeito que inicia na atividade - lazer, socialização ou profissionalização -, as normativas que pautam a atividade são as mesmas: financeirizadas, orientadas ao crescimento do público consumidor e à mediação financeira das relações. Porém, se engajar na atividade e esperar obter reconhecimento/remuneração demanda, invariavelmente, um investimento de si por longos períodos de tempo que, na maioria das vezes, não será remunerado. Assim, se impõe um paradoxo fundamental no trabalho na plataforma: para receber como *streamer*, é preciso dedicação integral; para ter dedicação integral, é preciso receber pela atividade. É um impasse inconciliável, pois, caso o *streamer* não aceite produzir nestes termos, está fora.

O que eu sempre escuto é isso, principalmente na criação de conteúdo, é muito cansativo. Principalmente pra quem não vive só disso, quem tem que ter uma outra relação ainda com o trabalho tradicional, seja ele CLT, seja ele PJ, mas que precisa dedicar o tempo da vida ainda a exercer uma atividade que te remunere e depois você pode fazer o que você gosta, né. Então, acho que o cansaço e o estresse, enfim, são as coisas que mais acompanham essas pessoas, é o que mais me acompanha também, que aí acaba implicando na minha criatividade, acaba implicando em todas as outras, em conseguir criar mais conteúdo pra outros lugares, em ter, enfim, pensamentos melhores, em ter interatividade melhor, você acaba não conseguindo. [...] O cara só tá vivendo, literalmente, numa rotina e tentando dar certo (Brave).

A incapacidade em responder às demandas incompatíveis colocadas pela plataforma encerram o sujeito em uma “dupla restrição” (Gaulejac e Hanique, 2024, p. 226), ou seja, “ele é colocado na posição de falta, mas, ao mesmo tempo, assume a responsabilidade por sua incapacidade de responder satisfatoriamente à demanda que lhe foi feita”. Assim, a falta de remuneração e reconhecimento no *live streaming* sempre retornam ao sujeito que, na impossibilidade de conseguir responder corretamente à injunção da empresa na qual busca sua carreira, retorna à falha para si: não recebo, pois não me invisto o suficiente, não sou profissional o suficiente, não acompanho as tendências de jogos o suficiente, e assim por diante. Ao mesmo tempo em que os sujeitos são responsabilizados pela sua sorte e enaltecidos pela autonomia, devem se sujeitar às normas estabelecidas pela plataforma. “É-lhes prescrito que deve ser autônomo, mas a conquista da autonomia exige a submissão a injunções, por meio da incorporação de normas, bem como da internalização de modos de fazer e ser pré-estabelecidos” (Gaulejac e Hanique, 2024, p. 42).

A promessa neoliberal de meritocracia, aliada ao sentido da atividade para os sujeitos e à internalização das injunções paradoxais estabelecidas pela plataforma, fomenta o engajamento dos trabalhadores na atividade não/mal-remunerada, motivada não apenas pelo prazer obtido em sua realização, mas também pela expectativa de um dia obter renda realizando-a. Os trabalhadores, então, investem a longo prazo em um trabalho de esperança (Kuehn e Corrigan, 2013), ou aspiracional (Duffy, 2017), na expectativa de que sua dedicação seja o suficiente para alcançar a tão sonhada remuneração. Como posto por Kuehn e Corrigan, (2013, p. 5)³⁶, “nos falta agência, então temos esperança”.

A falta de critérios para a visibilidade dos *streamers*, a ausência de clareza nas decisões tomadas pelas plataformas e a falta de responsabilidade delas quanto a subsistência e a saúde dos *streamers*, foram as principais queixas e fonte de sofrimento relatados pelos *streamers*. Gaulejac e Hanique (2024, p. 145), abordando a hegemonia da quantofrenia³⁷ na

³⁶ Texto original: We lack agency, so we hope.

³⁷ Segundo Gaulejac e Hanique (2024), a quantofrenia remete a um fenômeno que consiste em buscar traduzir sistematicamente todos fenômenos sociais e humanos a uma linguagem matemática.

gestão do comportamento humano no trabalho, apontam que estas constroem um ser humano virtual e sem contradições que, apesar de não ser compatível com a realidade, está alinhada aos interesses do poder: “reduzir as incertezas, neutralizar os conflitos, ocultar os interesses contraditórios, gerir os indivíduos como se gerem as coisas”. Apesar de os autores estarem se referindo às ciências do comportamento utilizadas na gestão empresarial, pegamos emprestado esta reflexão para pensar na gestão do trabalho dos *streamers* realizada pela Twitch.

Trata-se de impor uma representação de um mundo sem contradições, um mundo que é preciso gerir o melhor possível para tornar seu funcionamento rentável: um universo com jogos e regras bem estabelecidas, em que o ganhador é o jogador mais esperto, que sabe correr riscos calculados, que consegue otimizar a relação entre o negócio inicial e os ganhos obtidos em todas as circunstâncias (Gaulejac e Hanique, 2024, p. 145).

Na Twitch, há a promoção da ideia de que, se você for profissional o suficiente, consistente o suficiente e amável o bastante, eventualmente a audiência irá te descobrir, sua comunidade crescerá e, conseqüentemente, sua renda também. Assim, os *streamers* seguem realizando o trabalho na esperança de “virar”, de estourar sua bolha; como na fala de Caitlyn no início do tópico, pode ser que o *streamer* esteja a um passo do sucesso e não sabe, pois não há um marcador. Caitlin continuou sua fala afirmando que “eu tô há muito tempo nisso, e sei que tá bom, porque tem gente que apoia. Só falta, sei lá, um Gaulês me *gankar*, o Alanzoka esbarrar na minha *live* e compartilhar... falta *isso aqui* pra dar certo, muito pouco... mas isso só vai acontecer se eu estiver em *live*” (Caitlyn). Brave, da mesma forma, relata sentir que já faz tudo o que um *streamer* profissional faz, e que agora falta apenas ter a sorte de “o algoritmo me lançar para as pessoas pra eu furar minha bolha” [sic].

A falta de informação sobre o funcionamento da entrega do conteúdo para a audiência somada à necessidade de resultados quantitativos para ser remunerado resulta na autogestão do trabalho dos *streamers* a partir de suas deduções do que funciona para o algoritmo da plataforma. Entendemos este processo enquanto uma forma de gestão algorítmica do trabalho, a qual, de acordo com Grohmann (2020), refere-se ao uso de algoritmos para supervisionar, governar e controlar o trabalho. Isso inclui a automação de decisões relacionadas ao desempenho dos trabalhadores, a avaliação de suas atividades e a otimização de processos produtivos, levando a um trabalho quantificado e orientado à performance (Grohmann, 2020). Ao impor uma lógica de controle e supervisão sobre os trabalhadores, a gestão algorítmica reforça a ideia de que o sucesso é resultado do esforço individual, podendo levar a uma pressão constante para que os trabalhadores se adaptem e se comportem de acordo com as expectativas do mercado, exacerbando a precariedade e a insegurança no

trabalho. Na Twitch, a gestão algorítmica do trabalho se alia ao trabalho de esperança, e os *streamers* se dedicam à atividade de maneira estruturada e alinhada com aquilo que compreendem ser favorecido pelo algoritmo da plataforma:

[minha namorada] já me verbalizou isso de, ó, eu acho que você dedica muito tempo e não tem tanto retorno, não tem como você dedicar menos tempo, por exemplo, dessas cinco horas que você faz, não tem como ser três, não tem como ser duas, e aí foi que eu falei, pô, não dá, até porque as próprias mídias exigem, às vezes, que você tenha recorrência e um timer específico para poder ser, para a própria plataforma, às vezes, te recomendar, para a própria plataforma trabalhar, o algoritmo trabalhar a seu favor. [...] Tem algumas regras não ditas, vamos dizer assim, que são dos criadores, conversando com os próprios criadores, que eles vão determinando o que na teoria funciona, o que na teoria faz sentido, né? Então, eu cheguei nessa conclusão que, pelo menos, essas cinco horas, elas têm que existir, que seja de segunda a sexta, eu faria todo dia, mas que seja de segunda a sexta para poder manter essa recorrência, para fazer sentido, para ter mais gente chegando, enfim, que a plataforma trabalhe a meu favor, de alguma forma (Brave)

A internalização da vigilância e dos ideais meritocratas de sucesso se alinham à racionalidade neoliberal, conforme conceituada por Dardot e Laval (2016). A ideia de que “você tem que ter a visão de empreendedor” (Brave), ou ainda que, para conseguir profissionalizar “agora eu sou uma empresa” (Antônio), nos apontam um autogoverno pautado na lógica de mercado. Para Dardot e Laval (2016), o governo neoliberal não se dá pela disciplina externa sobre os indivíduos, mas sim através de um governo do sujeito sobre si mesmo, que se autorregula, se cobra, se aprimora, se flexibiliza, se pune e se responsabiliza pelos efeitos individuais do sistema capitalista. Ao falar da empresa enquanto parâmetro para o ser humano, os autores apontam que isso ocorre

[...] estabelecendo uma correspondência íntima entre o governo de si e o governo das sociedades, a empresa define uma nova ética, isto é, certa disposição interior, certo ethos que deve ser encarnado com um trabalho de vigilância sobre si mesmo e que os procedimentos de avaliação se encarregam de reforçar e verificar. Nessas condições, pode-se dizer que o primeiro mandamento da ética do empreendedor é ‘ajuda-se a ti mesmo’ e que, nesse sentido, ela é a ética do *self-help* [auto-ajuda]” (Dardot e Laval, 2016, p. 332).

A missão de tornar-se empresa de si nas plataformas de criação de conteúdo tem dois lados para o trabalhador: o da possibilidade de sucesso e ascensão social, visada pelos *streamers* e promovida pelas empresas; mas também o do fracasso internalizado frente às contraditórias normas das plataformas e a volatilidade dos processos da midiatização de si. Por ser uma meta muitas vezes solitária, com frequência exposta às histórias de sucesso de outros criadores que construíram impérios por sua própria conta, tentar o sucesso enquanto empresa de si nas mídias sociais implica um investimento total do indivíduo que, quando não retorna como o esperado, é vivenciado como uma falha enquanto sujeito (Duffy, 2017). Para

a plataforma, porém, ao posicionar o trabalho de esperança enquanto um investimento futuro, esta não deve ao trabalhador garantias do retorno pelo seu investimento; Antônio, cuja história narramos aqui, está há mais de dois anos se investindo totalmente no *live streaming*, mas ainda não recebe o necessário para sua subsistência através dela. Mas, independentemente dos resultados futuros deste investimento de si feito pelos *streamers*, “o trabalho de esperança que está sendo realizado no presente já foi feito. Contribuindo para o novo espírito do capitalismo, as empresas de mídia social já valorizaram efetivamente essa forma de lazer — e esperança — para fins de acumulação de capital” (Kuhn e Corrigan, 2013, p. 7)³⁸. A expectativa futura é apenas do trabalhador, enquanto a plataforma obtém ganhos presentes pelo seu trabalho. Como observado por Gaulejac e Hanique (2024, p. 115), “a organização paradoxante oferece a perspectiva de um futuro melhor para o indivíduo, a fim de o fazer aceitar melhor um presente alienado”.

Ao mesmo tempo em que se trata de uma atividade movida pela esperança de ascensão social, a internalização das normas estabelecidas pelas plataformas relega o indivíduo a viver um “presenteísmo” (Gaulejac e Hanique, 2024), dificultando sua projeção no futuro para além de uma ideia abstrata de progresso. A pergunta “como você se vê no futuro?” suscitou respostas que falavam do desejo de continuar e crescer na atividade, mas que também sinalizam sofrimento, angústia ou desconforto frente às instabilidades do trabalho de produção de conteúdo. Respostas como “eu não espero nada para não me frustrar” (Priscilla), ou “eu quero continuar nisso, mas a gente nunca sabe, não depende de mim” (Bianca), ou ainda

Hoje eu foco muito no presente, sem pensar muito no futuro... Pra não arrancar minha ansiedade, também, pensando nisso. E tipo, ao invés de sentar e produzir e fazer, eu vou ficar pensando, pensando, pensando. [...] Então não tô pensando muito em perspectiva no futuro, se não eu acabo me frustrando (Antônio).

A produtividade, afetividade e engajamento esperados do *streamer* não comportam a possibilidade de sofrimento e/ou adoecimento na atividade. Ao abordarmos questões como saúde mental, esta parecia ser demarcada enquanto um bem necessário, um investimento preciso para melhora de desempenho na atividade. Phelippe, falando sobre os caminhos de profissionalização da atividade e a necessidade de *networking* para atingir tal objetivo,

³⁸ Texto original: hope labor’s workin the present is already done. Conducive to the new spirit of capitalism, social media firms have already effectively valorized this form of leisure—and hope—for the purposes of capital accumulation.

sinaliza - ainda que de forma não-pessoal - sobre os impactos da atividade na saúde mental e sua importância para a atividade:

Como que tu vai chegar nessa pessoa se tu quer profissionalizar com isso? Porque a gente sabe, né, todo mundo tem contas e elas chegam, né, pra pagar... então, isso às vezes afeta muito a parte da saúde do *streamer*. Mais um interesse que eu tive de vir participar contigo, da parte do teu estudo, da tua pesquisa de mestrado, porque às vezes a pessoa, ela entra nesse mundo e pensa que é muito fácil essa vida de fazer *stream*, às vezes ela tem toda uma meta e isso acaba impactando na saúde. Porque a pessoa fica ansiosa, não bate view, a pessoa não cria conteúdo novo... então tudo isso pode estagnar e gerar um problema futuro pra ela, que às vezes ela não imagina. [...] Saúde mental é uma coisa que você tem que ter, e se você não tem, qualquer coisa pode impactar.

Da mesma forma, o sofrimento psíquico e adoecimento se apresentam enquanto falhas individuais a serem reparadas, as quais podem prejudicar a experiência do público e a qualidade do trabalho. Gaulejac e Hanique (2024, p. 144), dissertando sobre a ideologia gerencialista, salientam que o gerencialismo se apresenta enquanto um sistema de pensamento orientado pela eficiência, no qual “o sintoma deixa então de ser visto como a expressão da vivência do sujeito, dos seus conflitos internos, de um desejo reprimido, mas como uma anomalia que deve ser eliminada”, reduzindo o ser humano à um organismo a ser adaptado. A saúde mental, então, é vista enquanto dependente da boa gestão que o *streamer* faz de si, do seu trabalho e da sua comunidade. Mesmo que haja o reconhecimento do estresse, ansiedade e tristeza advindos da instabilidade da remuneração, da sobrecarga de trabalho ou da demanda de uma performance animada e autêntica para o público, admitir sofrimento na atividade parece equivaler a admitir uma falta de habilidade individual para “construir” um ambiente saudável: “a comunidade é o reflexo do *streamer*” (Phelippe). Da mesma forma, a angústia gerada pela falta de remuneração na atividade também é direcionada a si, pois é visto enquanto uma falha individual: “Então, eu sei que talvez a minha falta de sucesso nesse meio de internet seja justamente pela minha falta de organização e falta de vontade de trabalhar sozinha. [...] Teve uma época que eu fiquei triste, que eu fiquei chateada, que eu queria muito” (Priscilla). Para Haiven (2016, p. 68)³⁹, a autculpabilização provém do fato de que

[...] diferente de um sistema rígido baseado em castas ou uma sociedade escravocrata, nós somos (a maioria de nós) legalmente e tecnicamente livres para escapar da precariedade (ainda que, ironicamente, escapar abraçando a

³⁹ Texto original: unlike some rigid caste-based system or a slave society, we are (most of us) legally and technically free to escape precariousness (though, ironically, to escape by embracing precarity, by leveraging ourselves into prosperity). It is a system that works by promising that we can, each of us, alone, escape our existential condition of precariousness by getting rich, by obeying the system’s axiomatic dictates and playing our role.

precariedade, alavancando a nós mesmos à prosperidade). É um sistema que funciona nos prometendo que cada um de nós pode, sozinho, escapar à nossa condição existencial de precariedade ao ficarmos ricos, obedecendo aos ditames axiomáticos do sistema e desempenhando o nosso papel.

As normas de sucesso na plataforma, somadas à necessidade de manter um emprego formal para garantir a subsistência, resultam no excesso de atividade, percebido enquanto necessidade. Três dos sete participantes relataram ter passado por adoecimento mental vinculado à exaustão decorrente de excesso de trabalho. Gaulejac e Hanique (2024), veem no excesso de atividade um mecanismo de defesa frente às injunções paradoxais estabelecidas pelas organizações; na impossibilidade de resolvê-las, o indivíduo se mantém em movimento a fim de não precisar escolher. Este movimento constante, porém, pode levar ao *burnout* (ou esgotamento profissional), o qual “encontra sua fonte na necessidade de trabalhar sem descanso para lutar contra as ansiedades depressivas. [...] Trata-se de preencher o espaço para não suscitar dúvidas, para não dar nenhuma brecha ao surgimento da angústia” (Gaulejac e Hanique, 2024. p. 200). Como resposta à falta de remuneração, é necessária a ação do sujeito: “Nas organizações paradoxantes, a ação é considerada como o único remédio para resolver todos os problemas” (Gaulejac e Hanique, 2024. p. 200). A necessidade de estar ao vivo frequentemente, as constantes mudanças no algoritmo, nas regras de monetização e nas regras de comunidade na Twitch, levam os *streamers* a estarem sempre em movimento, buscando pela sua audiência.

A angústia pelos momentos de lazer não rentabilizados - ou seja, sem fazer *lives* -, a ansiedade quanto à incerteza nos pagamentos e a tristeza de “ainda não ter dado certo” são fontes de sofrimento para os *streamers* que, sem ter para quem demandar, só responsabilizam a si mesmos. Cinco dos participantes trouxeram sentimento de culpa e/ou angústia por produzirem menos do que consideram como satisfatório no *live streaming*. Laura relatou ter tirado férias das *lives* este ano, mas que passou boa parte desse período angustiada com a possibilidade de perder sua audiência e, como consequência dessa angústia, ficou planejando conteúdo e *lives* para o seu retorno. Brave, que tem uma condição crônica de saúde, relata sentir culpa com os períodos em que está adoecido, pois sente que está negligenciando uma responsabilidade sua. Ao mesmo tempo em que a autorresponsabilização é fonte de angústia para os *streamers*, a impossibilidade de negociação ou questionamento frente às decisões da plataforma gera um sentimento de impotência, que alimentam uma resignação e aceitação passiva (Gaulejac e Hanique, 2024).

A plataforma não tá nem aí, porque ela tem, sei lá, milhares, milhões, então, ah, se aquele ali der defeito, eu reponho com outro como se fosse uma peça, como se fosse

uma engrenagem aquela engrenagem começou a falhar a gente tira e põe outra, e aquele cara some, porque do mesmo jeito que ele viraliza, por incrível que né, pareça hoje em dia do mesmo jeito que muita gente viraliza, se ela parar de postar, amanhã também, sei lá, sobe outra pessoa, e aquela outra pessoa pega toda essa galera pra ela (Brave)

Assim, a esperança de um futuro melhor na atividade não vem de uma possível melhora nas condições de trabalho na plataforma. São relatadas percepções de ser “pequeno demais pra conseguir mover o público para outra plataforma” (Priscilla), ou de que “a plataforma precisa de lucro e vai ser assim mesmo” (Antônio), e até mesmo de ser facilmente substituível em caso de adoecimento, como na fala de Brave. A análise das experiências dos *streamers* revela um ciclo insidioso de pressão e angústia, no qual a busca incessante por sucesso e visibilidade se entrelaça com a necessidade de garantir a subsistência. As normas de sucesso impostas pela plataforma, aliadas à exigência de manter um emprego formal, criam um ambiente de trabalho que prioriza a atividade constante em detrimento do bem-estar. A exaustão mental é um reflexo direto desse excesso de atividade, que se torna um mecanismo de defesa contra os paradoxos e incertezas do mercado. Segundo Dejours (2011a), os mecanismos de defesa podem cumprir papel de exploração e adaptação, alinhando o indivíduo às demandas - mesmo que patogênicas - da organização na qual está inserido. Viana Braz (2020, p. 274) afirma que “esses mecanismos o auxiliam a suportar os sofrimentos inerentes às contradições de seu trabalho e são também importantes para que alcance a excelência e o sentimento de pertença social na empresa” e, apesar de favorecer a adaptação na organização, os mecanismos de defesa prejudicam a capacidade de pensamento, favorecendo a dominação do sujeito. A dependência da plataforma se torna um fator crítico nesse contexto; os *streamers* se veem atados - ainda que em uma visão de autonomia - a um sistema que não apenas determina as regras de monetização e visibilidade, mas também prescreve suas identidades, comportamentos, organização de trabalho e suas relações com o público.

A total responsabilização do indivíduo, a internalização das normas financeiras da empresa e a necessidade de conquistar visibilidade em uma atividade que também envolve lazer e socialização colocam o sujeito em uma posição complexa. Ele se transforma em uma empresa, ao mesmo tempo em que se torna um produto e, fundamentalmente, se quiser a remuneração na profissão dos sonhos, deve buscar a monetização de si mesmo.

4.4 “Você tá consumindo um streamer”: vínculo, trabalho emocional e monetização de si

A transferência dos riscos para o trabalhador, a remuneração a partir do desempenho e a falta de direitos trabalhistas são aspectos comuns entre os trabalhadores plataformizados e, como discutimos no primeiro tópico deste capítulo, também são características que perpassam a atividade de *streamers*. Na Twitch, além disso, observamos outro aspecto: a remuneração associada não somente ao desempenho, mas também ao afeto da audiência conquistado pelo *streamer*. A personalidade genuína, o humor, os conselhos, o acolhimento e toda uma série de trabalhos e atividades afetivas e de cuidado são desempenhadas na esperança de que sejam boas o suficiente para merecer o maior reconhecimento de todos: a remuneração. Não basta estar transmitindo a si mesmo. Não basta produzir horas de conteúdo em diferentes plataformas. Não basta a presença. Para receber, enquanto *streamer*, é preciso ser amado.

Minha comunidade, eu acredito que eu sou bastante amado, digamos assim. Porque eu tenho contribuintes que acreditam no meu trabalho, no caso, que a gente chama lá de donate, faz inscrições. Carinhosamente, eu deixo em aberto pra eles me chamarem de “mercenário”, porque a gente brinca, mas o *streamer* ele tem que ter um pouco desse lado, porque tu tá ali, às vezes, por exemplo, profissionalizando a parada, só que tu não sabe como tirar fundos disso, a parte mais financeira (Phelippe)

Mesmo que a atividade tenha iniciado como forma de socialização e/ou lazer, a mediação financeira das relações, o reconhecimento pela via financeira nas plataformas e a possibilidade de remuneração e ascensão social através do sucesso no *live streaming* mudam a forma com que os sujeitos se relacionam com a atividade, com a audiência e consigo mesmos. Laura fala sobre como, mesmo que a princípio visse o *streaming* enquanto hobby, se sentiu reconhecida pela atividade após o primeiro pagamento da Twitch, e passou a buscar por remuneração financeira através campanhas em seu canal:

Era engraçado porque eu levava como um hobby, né. Tipo, até então, meio que não me importava muito de, ah, vou receber ou não por isso. Mas aí, depois que eu recebi o primeiro, tipo, eu falei, pô. Realmente, tipo, é legal você meio que ser recompensado, assim. De estar ali se dedicando pra algo que, tipo, por mais que seja alguma coisa que esteja, tipo, aliviando um pouquinho minha cabeça. Tipo, só passando um tempo, assim, meio a pandemia. Tipo, deu, sei lá, um gostinho diferente, sabe? Quando eu senti que eu podia usar um hobby também, tipo, como algo que me desse um retorno. Mas aí, começou a parte chata, né? De eu, tipo, me cobrar muitas vezes de estar ali pra conseguir meio que esse extra por fora (Laura)

Gaulejac e Hanique (2024), analisando a dominação da lógica financeira sob a economia e a sociedade como um todo, apontam que o interesse dos acionistas se impõem a todas as funções, sendo visto enquanto o guia para onde deve rumar o interesse geral. Para os autores, neste processo, o valor do trabalho é medido a partir da visão financeira, e “o amor ao ofício, fonte de orgulho e estima de si, é dissolvido em formas de reconhecimento abstratas, mediante um reconhecimento medido exclusivamente segundo o retorno financeiro

da atividade” (Gaulejac e Hanique, 2024, p. 76). Ainda que exista sentido na atividade, assim como prazer e reconhecimento advindos da relação com o público, os *streamers* se alinham aos parâmetros financeiros estabelecidos pela plataforma na esperança de que, ao atingir os marcadores de sucesso, recebam pelo seu trabalho.

O *live streaming* é uma atividade fundamentalmente social, na qual a interação simultânea e constante entre produtor de conteúdo e a audiência é o principal atrativo e diferencial da plataforma. A missão da empresa (Imagem 22) - além de a colocar em um lugar de passividade, apenas “permitindo” que os *streamers* ajam nela - estabelece os pontos que orientam a atividade na Twitch: a centralidade da figura do *streamer*; a manutenção e crescimento do público pela via das comunidades construídas pelos trabalhadores; e a necessidade da sensação de pertencimento a estas.

Imagem 22 - missão da empresa Twitch



Fonte: captura de tela do site da Twitch (2024b).

Aos possíveis anunciantes, a Twitch coloca o aspecto afetivo em destaque, como sua vantagem comercial: “Já pensou em criar conexões reais com um público gigante e engajado? Temos alguns milhões de amigos para lhe apresentar” (Twitch, 2024b). O afeto e os laços sociais construídos dentro da plataforma e estruturados por ela não são economicamente vantajosos *apenas* através do pagamento da audiência ao seu *streamer* favorito, mas também capitalizados enquanto público consumidor engajado a partir do vínculo formado com os produtores de conteúdo.

A sensação de comunidade e pertencimento, porém, apesar de existir em *lives* maiores - em um processo mais próximo da mídia tradicional e com certo nível de relacionamento parassocial entre *streamers* e audiência (Woodcock e Johnson, 2019) -, parece ser bem mais intensa e predominante em *lives* com menor audiência. Na percepção dos *streamers*, “ser pequeno” garante uma vantagem ao permitir relacionamentos com maior intimidade, reciprocidade e vínculo com a audiência, fidelizando os espectadores.

O engajamento que elas têm comigo é só pela internet, só pela *live*... é motivador, é interessante. Não só isso, mas como, “pô, você me ajudou no momento que eu não tava muito bem, gosto muito de consumir seu conteúdo, me sinto falando com um amigo, parece que eu tô na mesa de um bar, conversando com um amigo”, né. Então, isso é motivador de todos os aspectos, né, o problema só é esse, é escalar, isso de alguma forma, e saber também que a hora que eu escalar, eu não vou ter mais isso, né. Esse contato pessoal com cada um, de saber, de entender, de poder, né, porque vai escalar e você não tem como, você dar conta disso, é impossível (Brave)

A fala de Brave sobre a perda da intimidade com o crescimento da audiência expõe um paradoxo na Twitch: a plataforma depende de comunidades pequenas e engajadas, mas marginaliza quem não atinge a escala industrial de audiência. A sensação de pertencimento, tão celebrada pela Twitch em sua missão, é, na prática, um ativo mercadológico. Ao mesmo tempo em que anuncia-se a qualidade dos vínculos construídos, demanda-se quantidade incompatível de espectadores para a rentabilização das *lives*. Novamente, deflagra-se uma injunção paradoxal (Gaulejac e Hanique, 2024) nas premissas de funcionamento da Twitch, a qual estabelece um cenário impossível para o *streamer*.

Ainda sobre os vínculos estabelecidos na Twitch, alguns dos participantes localizaram seu trabalho frente à comunidade como um trabalho de cuidado: dão suporte emocional aos espectadores, escutam seus problemas, buscam ajudar, melhorar o humor e promover acolhimento. Phelippe vê o trabalho de *streamer* enquanto continuidade do trabalho desempenhado por sua avó, que era vendedora no comércio, e de sua mãe, que trabalha como cuidadora de idosos: “Eu nasci no hospital, a primeira visita que eu dei foi no trabalho da minha avó, na época, que ela trabalhava como vendedora numa loja de calçados. Então, eu acho que eu já estava meio que destinado nessa parte de público, né?” (Phelippe).

O papel fundamental do *streamer* na construção das comunidades divulgadas pela Twitch - e, conseqüentemente, do valor mercadológico da empresa - pode ser observada em alguns aspectos mencionados pelos participantes: as *ganks* não transferem audiência, pois os espectadores carregam fidelidade ao *streamer* da qual vieram anteriormente; audiências pequenas, de cinco ou dez espectadores, que seguem acompanhando os *streamers* por anos,

inclusive os remunerando durante este período (e, juntamente, remunerando a plataforma); e a divulgação das *lives* e captação de novos clientes pela via das redes de contato pessoais e produção de conteúdo dos *streamers* em outras plataformas. Como posto por Brave, para *streamers* que não são considerados “especializados” em um único jogo, “o público que gera dentro da Twitch é muito fiel, né, então ele é exatamente isso: eu quero consumir este criador e eu não vou consumir outros criadores. [...] A pessoa tá lá pra te ver, e não pra ver necessariamente o que você tá jogando”.

Para Woodcock e Johnson (2019), o caráter social da atividade e a demanda por interação para que esta ocorra fazem do trabalho de *streaming* uma forma de trabalho afetivo, ou seja, um trabalho que implica

[...] esforços destinados para gerar respostas emocionais, assim como a de trabalhos de atendimento ao público dos quais se espera que sempre estejam sorrindo, ou a importância da “atitude” para a empregabilidade do sujeito. Isso envolve os aspectos comunicativos do trabalho imaterial, se referindo a atividades que não se parecem com trabalhos tradicionais, mas que foram eficazmente commodificadas (Woodcock e Johnson, 2019, p. 4)⁴⁰

Para a plataforma funcionar e gerar receita, depende do trabalho emocional e afetivo realizado pelos *streamers*. Isto não é ao acaso. Como apresentamos no primeiro capítulo, a estrutura da plataforma Twitch - e das outras que surgiram depois seguindo seu formato - estabelece a monetização a partir de interações sociais entre audiência e *streamer*. Os marcadores de sucesso, apesar de serem apresentados como qualitativos - baseados na construção de uma comunidade, na expressão de si e nos vínculos estabelecidos -, são, fundamentalmente, quantitativos. Pagar/receber na plataforma é posto enquanto apoiar/ser apoiado: seja pelas inscrições, como forma de participar de uma comunidade e apoiar um *streamer*; pela compra em *links* afiliados; por ficar na *live* para ver os longos anúncios; ou pela realização de “doações”. Aqui, utilizamos as aspas pois, apesar de serem chamadas de “doação”, “ajuda” ou “apoio” por usuários das plataformas e até mesmo pesquisadores da área, normalmente essas formas de contribuição financeira são seguidas de um produto em troca; e, por produto, entendemos a interação com o *streamer*, o destaque no chat, *emotes* especiais, o nome em destaque na tela do *streamer* e, até mesmo, comportamentos específicos do *streamer*. A própria Twitch, ao falar de seu sistema de “doação” próprio, os *Bits*, o trata como um produto a ser adquirido pelo espectador: “Os *Bits* são itens virtuais que podem ser

⁴⁰ Texto original: efforts designed to generate emotional responses, such as those of service workers who are expected to always be smiling, or the importance of “attitude” to one’s employability. This involves the communicative aspects of immaterial labor, referring to activities that do not resemble traditional work, but have been effectively commodified.

comprados na Twitch, que lhe dão o poder de motivar e dar o seu apoio ao *streamer*, chamar a atenção no chat com *Cheermotes* animados, e ganhar mérito através de distintivos e leaderboards” (Twitch, 2024). Para o lado do *streamer*, a plataforma sugere que o *streamer* use sua criatividade e proporcione “algum tipo de troca” (Twitch, 2024c) pelas doações e expresse gratidão. Como expresso pela plataforma, contribuir financeiramente é uma forma de o espectador ganhar poder na *live*, saindo do lugar de passividade da audiência e assumindo parte do protagonismo, mesmo que brevemente, da *livestream* que acompanha. Como discutido por Haiven (2016, p. 124), a financeirização passa, também, pelas relações sociais, que se tornam capitalizáveis. Desta forma, o dinheiro “pode funcionar também como um presente, como um meio de negociar o valor social e como um meio de interação social” (Haiven, 2016, p. 124)⁴¹.

Então toda vez que eles resgatassem as moedas ao assistir durante um determinado período a live [...], ganhavam as moedinhas e já podia converter isso no resgate. Que é o resgate da dança de Festa Junina. Então eu tava aqui jogando beleza, podia ser jogo competitivo. Mas a pessoa resgatou, levantei e vou ter que dançar aqui na Festa Junina. [...] Então eu me cansei. Mas isso foi legal. E justamente isso chamou as pessoas. Essa era a primeira parte de interação. A segunda parte que envolvia dinheiro já era uma interação mais bacana também. Mas era bacana pra mim, porque envolvia grana. Era tipo assim, a cada donante ou a cada sub eu ia me caracterizar alguma parte do rosto com uma canetinha pra ficar tipo Festa Junina mesmo. [...] A gente troca de sexo na Festa Junina. Então era pra ser tipo, ah, vou desenhar uma barbicha e vou pintar um dente de preto. Coisas assim mais toscas de Festa Junina mas que dava esse retorno financeiro. Então as pessoas foram por outro motivo, foram pro negócio da dança, e aí teve também o retorno financeiro por conta do projeto da outra parte. Aí esse projeto deu certo (Caitlyn)

As inscrições (ou *subs*), da mesma forma, carregam o caráter de apoio, de pertencimento à comunidade do *streamer*, normalmente em um *status* hierarquizado: membros VIP, com maior acesso à atenção do *streamer* durante as *lives* e também fora delas, participando de grupos exclusivos no Whatsapp, Discord; mas também com potencial de interferir no próprio andamento da *stream*, com direito a escolher o jogo a ser jogado pelo *streamer*, por exemplo, ou de participar da *live* jogando junto. Phelippe, falando sobre a estrutura de recompensa que estabeleceu para os VIP do seu canal, conta que separa um dia de *live* na semana para jogar o que os membros participantes pedem - mesmo que ele não goste - : “E aí a [espectadora] resgatou, né, no caso, que foi minha última VIP agora do canal. Ela falou, ah, eu quero que tu jogue GTA toda sexta-feira. Então, tipo, procuro fazer com que esses momentos especiais de conquista deles, junto comigo, também sejam valorizados”. Apesar de os *streamers* possuírem autonomia para definir *como* recompensarão a audiência

⁴¹ Texto original: [Money] can also function as a gift, as a means to negotiate social worth and as a medium of social intercourse.

pela contribuição financeira, tal atitude é *esperada* deles, sendo posta enquanto necessária para a monetização: “Não esqueça de dar reconhecimento ao apoio dos seus espectadores, seja através de alertas, mensagens de agradecimento ou benefícios extras para inscritos. Os usuários se sentirão mais dispostos a lhe oferecer apoio no futuro se estiverem se sentindo reconhecidos e valorizados” (Twitch, 2024c).

Separar afeto de monetização, personalidade de marca, comunidade de clientela, afinal de contas, não parece possível, nem para fins didáticos ou explanatórios. Nos tópicos anteriores, trouxemos alguns aspectos centrais que perpassam a atividade para os *streamers*, mas emaranhado nisto tudo sempre encontramos dois elementos: afeto e monetização. Brave, falando do que considera ser o produto da Twitch, levanta a hipótese de que este é o próprio *streamer*. Para ele, “o que monetiza é o momento que você está com aquela pessoa em específico, o vínculo que você vai gerar com cada pessoa que está te consumindo” (Brave).

Para além da capitalização de uma imagem, como observado por Dias *et al* (2021), ou de uma performance similar a de um personagem (Woodcock e Johnson, 2019), o *live streaming* envolve, para aqueles que desejam viver da atividade, a monetização de si. A criação do momento monetizável, do ambiente certo, a escolha do jogo, até mesmo comportamentos básicos como comer e dormir são atravessados pelos ideais estabelecidos pela plataforma, de conexão e monetização:

[...] o pessoal saía para comer, o pessoal saía para beber água totalmente, o pessoal ia muito mais ao banheiro. E aí, os seus viewers, eles ficavam com uma tela de volta já. Só que isso, psicologicamente, para mim, ao meu ver [...], cria um certo afastamento de possíveis novos contatos, de novos viewers, de novas pessoas para você conhecer e conhecer o seu canal, o seu trabalho, conseqüentemente. Logo em seguida, na pandemia, foi o diferencial. Como as pessoas não queriam perder viewers, elas começaram a se forçar a fazer algumas coisas. Uma delas, a mais simples de todas, comer na frente da webcam. [...] Só que imagina para ti, Amanda, que faz stream. O teu viewer olhar tu comendo, sei lá, arroz e feijão. E olha que arroz e feijão é o alimento mais básico para nós aqui. Então, arroz, feijão e carne. E o teu viewer olha: “caraca, a Amanda come arroz, feijão e carne que nem eu”. E isso cria uma proximidade, cria o lado humano (Phelippe)

Se ser remunerado significa ser amado, o que significa não receber o suficiente para viver? Os paradoxos entre a dedicação e a proporção que o *streaming* tomou na vida daqueles que dizem o fazer por *hobby* demonstram que admitir o *streaming* enquanto um trabalho precarizado e mal-remunerado significa admitir uma falha pessoal: não sou amável o suficiente para ser remunerado. Não fui acolhedor o suficiente para fidelizar a audiência. A remuneração do sujeito pelo seu trabalho, ao ser estabelecida a partir da monetização, implica tornar financeiramente valoroso não apenas o conteúdo produzido ou o jogo jogado, mas sim

a sua personalidade e intimidade, e sua capacidade de socialização e criação de vínculos afetivos. Implica, então, monetizar a si mesmo.

Alves (2021, p. 89) vê o *streamer* “não só como ponte para a relação monetária e afetiva entre a Twitch e os espectadores, mas também é o que chamamos do elo mais fraco desta corrente, já que este depende materialmente das outras duas partes da relação”. A relação entre *streamers* e suas audiências é uma interação financeirizada, em que os criadores devem se adaptar constantemente às preferências do público e às mudanças nos algoritmos da plataforma para manter a relevância e a lucratividade. Essa dinâmica reflete a precariedade discutida por Haiven (2016): à medida que os *streamers* navegam pelas incertezas do engajamento do público e das normas abstratas e ocultas estabelecidas pela plataforma de forma a tentar obter renda.

Pode ser que existam *streamers* que não tenham essa visão empreendedora, que não tenham pensado nisso, mas que vai chegar a algum ponto que eles vão ter que pensar. Porque você acaba criando a sua própria empresa. Você é a sua própria empresa. Seu rosto, o jeito que você vai se comunicar, as marcas que vão chegar em você (Brave).

As relações sociais construídas são vistas enquanto via potencial de obtenção de remuneração, sendo necessária uma visão “empreendedora” [sic] para aproveitá-las. Terranova (2000, p. 39)⁴², abordando o trabalho de produção cultural no meio digital, observa que “o fruto do trabalho cultural coletivo não foi simplesmente apropriado, mas voluntariamente canalizado e controversamente estruturado dentro das práticas empresariais capitalistas”. Mesmo o discurso dos *streamers* acerca do sentido do trabalho, seu reconhecimento e pertencimento na comunidade e do afeto da audiência, são permeados por uma linguagem mercadológica. Criar vínculos e fidelizar clientes, ser agradável e ser rentável, receber amor e ser pago são processos que, ainda que pareçam momentos ou fenômenos diferentes, estão imbricados no *live streaming*, sendo dificilmente dissociados para os *streamers*.

Criando conteúdo, o pessoal vê do que eu sou capaz de fazer. E talvez, tipo, se identifique com alguma coisinha que eu publique. Tipo, queira acompanhar um pouquinho mais. Mas quando tu tá, tipo, na live conversando comigo, eu consigo meio que fidelizar essa pessoa. Tipo, ter ela meio que ali trocando uma conversa ali comigo. Porque às vezes o que as pessoas precisam é conversar mesmo, né? (Laura)

A internalização da lógica financeira como parâmetro de valoração das atividades sociais e individuais (Haiven, 2016) perpassa o processo de subjetivação dos *streamers* na

⁴² Texto original: The fruit of collective cultural labor has been not simply appropriated, but voluntarily channeled and controversially structured within capitalist business practices.

atividade. A visão empreendedora apresentada pelos *streamers* não invalida o caráter prazeroso, afetivamente e socialmente recompensador da atividade para eles; mas estrutura tais relações, tornando o eu e a empresa parte inseparável do que entendem por ser *streamer*. Esse processo, marcado pela financeirização das relações, pela ênfase da personalidade enquanto atrativo mercadológico e pela necessidade imposta de busca por diferenciação, ressignifica a relação do indivíduo consigo mesmo. O sujeito passa a se autorrepresentar como um produto a ser permanentemente otimizado, ajustado e monetizado dentro da lógica algorítmica das plataformas.

O produto inevitavelmente vai ser o *streamer*. Por mais que a pessoa entre pra consumir o jogo, cara, quem tá ali, quem é a primeira linha de frente é o streamer que tá jogando. Então, você pode, realmente, tem vários que vão estar jogando hoje [...]. Pode escolher, mas, primariamente, você tá consumindo uma pessoa, você tá consumindo um *streamer*, antes de consumir o seu conteúdo. Consumindo o jeito que ele fala, o jeito que ele interage, o jeito que ele tem interação no canal dele, o jeito que ele ri, o jeito que ele respira, o jeito que o microfone dele tá posicionado, o quarto dele tá feito, se ele tem cama aqui, se ele não tá. Então, primeiro, você tá consumindo tudo aquilo que ele tem pra te apresentar. A voz dele, depois você vai consumir o jogo, né? Então, num primeiro momento, com certeza, é o criador de conteúdo, no geral. Você consome o criador (Brave)

A atividade, longe de ser espontânea e de um lazer publicizado, é perpassada por diversas técnicas de monetização de si, que podemos sintetizar em:

- a) *Estratégias baseadas em engajamento*: Seleção estratégica de jogos com base no potencial de interação e engajamento do público-alvo (ex.: títulos com comunidades ativas, nichos, jogos com espaço para interação); eventos com metas financeiras, onde comportamentos do *streamer* (ex.: desafios, mudanças de aparência) são condicionados a doações monetárias da audiência.
- b) *Monetização da sociabilidade*: Fidelização via interação social, transformando conversas, brincadeiras e compartilhamento de intimidades em mecanismos de retenção de espectadores; recompensas afetivas hierarquizadas, como agradecimentos personalizados, acesso a conteúdos exclusivos ou reconhecimento público, vinculados a contribuições financeiras específicas.
- c) *Comodificação do comportamento*: Venda de intervenções na *live*, permitindo que espectadores paguem para alterar dinâmicas da transmissão (ex.: escolha de ações do *streamer*, modificação de regras do jogo); construção de marca pessoal como ativo mercadológico, alinhando personalidade, estética e discurso às expectativas de patrocinadores e às sugestões da plataforma.

A Twitch opera a partir de uma lógica paradoxante: capitaliza as relações de intimidade e pertencimento construídas por *streamers* menores, que geram engajamento orgânico e sustentam a cultura da plataforma; mas esses mesmos trabalhadores são excluídos de modelos de remuneração por não atingirem métricas de rentabilidade em escala industrial, invisibilizados pelo algoritmo na entrega do conteúdo para a audiência e desconsiderados enquanto trabalhadores/produtores. As injunções paradoxais estabelecidas pela plataforma reforçam a produção de valor baseada em um trabalho não remunerado, mas carregado de sentido para aquele que o exerce.

Em suma, a monetização de si emerge não apenas como uma resposta às dinâmicas neoliberais - marcadas pela lógica do investimento no capital humano (Gaulejac, 2007), pela transformação do sujeito em empresa-de-si (Dardot e Laval, 2016; Antunes, 2023) e pela precarização estrutural do trabalho no Brasil (Abílio, 2023) -, mas também como um fenômeno profundamente moldado pelas arquiteturas das plataformas digitais. Plataformas como a Twitch, ao estabelecerem parâmetros de visibilidade, socialização e autogestão, reconfiguram subjetividades sob a promessa de realização pessoal e financeira. Essa dinâmica exige um sujeito empreendedor que internalize a lógica de mercado como projeto identitário, naturalizando a própria mercantilização como condição para o sucesso em uma atividade desempenhada no presente e geradora de sentido. Assim, a monetização de si revela-se como um mecanismo duplamente coercitivo: fruto tanto da precariedade sistêmica, quanto de uma cultura digital que transforma a exposição e a rentabilidade do eu em imperativos existenciais, reforçando a subsunção da vida aos imperativos financeiros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho dos *streamers* se situa em um contexto sócio-histórico-cultural específico e é permeado por diversos processos determinantes da natureza da atividade: o avanço da racionalidade neoliberal, da financeirização e da plataformização, que marcam a transformação da compreensão do que é trabalho, mas também da ampliação de novas formas de extração de valor do trabalho humano. Além disso, a forma com que este trabalho se organiza diz, também, do contexto laboral brasileiro, permeado pela informalidade, precarização e viração. Mas, em meio a este amplo contexto, a atividade se situa na história de vida destes sujeitos em específico, se relacionando aos sentidos atribuídos à atividade, como ela se situa na trajetória sócio-profissional dos trabalhadores, os custos demandados para exercê-la e as expectativas de ascensão e realização pessoal projetadas na sua realização.

Ao adentrarmos nesta investigação utilizando da Psicossociologia e Sociologia Clínica, consideramos estas esferas como partes constituintes do mesmo processo, em uma tentativa de compreender as condições e organização do trabalho de *streamers* brasileiros, bem como os desdobramentos do processo de monetização de uma forma de lazer e socialização sobre a saúde e a subjetividade desses trabalhadores. Tínhamos, como objetivos, analisar as fontes de prazer, sofrimento e reconhecimento do trabalho de *streamers*; investigar as perspectivas atuais e futuras dos *streamers* quanto a sua atividade; e problematizar os impactos da plataformização e da monetização de si nas dinâmicas de sociabilidade do trabalho e na saúde desses sujeitos.

A partir do relato dos participantes, percebemos que o trabalho do *streamer* se situa em um ponto complexo e incerto. A similaridade com atividades de lazer, a falta de remuneração e a dissidência deste trabalho com as formas tradicionais de emprego tornam o *live streaming* difícil de ser reconhecido enquanto atividade laboral para os *streamers* e seus familiares. Além disso, as empresas promovem o apagamento da atividade enquanto trabalho, discursivamente aproximando-a do lazer e da socialização. Ao mesmo tempo, para desempenhá-la conforme os parâmetros da plataforma, os *streamers* relatam uma organização do trabalho que demanda capitais próprios, tempo, rotina, consistência e planejamento de acordo com a gestão algorítmica e a lógica de mercado/consumo que perpassa a Twitch.

Apesar disso, a atividade não é percebida enquanto precarizada. Mesmo com a baixa remuneração, ser *streamer* é fator constitutivo de identidade para os participantes, uma vez que a atividade propicia uma forma de retribuição que - em contraste com as outras referências laborais dos participantes - a torna recompensadora: o sentido e o

reconhecimento. O *live streaming* foi descrito enquanto importante forma de socialização, pertencimento a uma comunidade, criação de laços afetivos, desenvolvimento de habilidades relevantes e de validação destas. Percebemos, porém, que há uma armadilha no excesso de sentido do trabalho. O sentido produzido na atividade é cooptado e instrumentalizado pelas plataformas, que o utilizam como justificativa para a falta de remuneração - ao comparar a atividade com um lazer - e como incentivo para a manutenção da atividade - com a promessa de sucesso financeiro fazendo o que ama. O excesso de sentido do *live streaming* participa, também, nas justificativas subjetivas encontradas pelos streamers para o investimento longínquo em uma atividade não/mal-remunerada. Mecanismos de defesa como a racionalização (Dejours, 2011b; Viana Braz, 2023) são aliados ao sentido, alinhando o indivíduo às demandas organizacionais, favorecendo a adaptação e, conseqüentemente, a exploração no trabalho.

Evidentemente, o sentido não sustenta sozinho a continuidade do trabalho. Ao sentido soma-se a esperança de remuneração futura, pautada em um ideal neoliberal meritocrata difundido pelas plataformas e presente nos valores de nossa sociedade (Gaulejac, 2007; Dardot e Laval, 2016). As injunções paradoxais do sucesso na plataforma - se dedicar totalmente mas não receber por isso, pois não é trabalho - sujeitam o *streamer* a uma situação de resolução impossível, estando sempre em falta: dedicam-se a empregos formais (que sustentam a atividade de *streaming*) e buscam no tempo livre “virar” nas plataformas, mas isto é percebido enquanto insuficiente; quando se dedicam totalmente, correm o risco de não obter a renda para sua subsistência. Assim, a falha é sempre direcionada ao sujeito, considerado responsável pelo próprio sucesso - e fracasso (Gaulejac, 2007). Percebemos que tais compreensões e demandas geram um sofrimento psíquico, que é respondido na forma de excesso de atividade, angústia frente a sensação de insuficiência e autoculpabilização pela falta de remuneração nas plataformas.

Concluimos, ainda, que a Twitch se apresenta enquanto uma organização paradoxante: a lógica de monetização da plataforma submete dimensões como lazer, afeto, relações sociais, uso de redes e tempo livre a seus mecanismos financeirizados, mesmo quando não há intenção explícita, influenciando comportamentos e estruturando os processos laborais e de subjetivação dos *streamers*. Ao mesmo tempo em que a plataforma não remunera os “pequenos” pelo alcance insuficiente dos critérios quantitativos de audiência, se beneficia de seu trabalho emocional e afetivo de criação de comunidade e vínculos, utilizando-o como fonte de valor para a empresa. A extração de valor dos vínculos afetivos e o estabelecimento de critérios financeiros nas relações sociais impactam os processos de

subjetivação dos *streamers*, mudando a forma com a qual se relacionam e compreendem o afeto dentro da plataforma, mas também a si mesmos.

Apesar da subjetividade neoliberal promovida no trabalho do *live streaming*, os relatos dos participantes revelam formas iniciais de resistência e organização coletiva pelos *streamers*. Embora a atividade seja estruturalmente centrada na figura do *streamer* como empresa-produto, os participantes destacaram a importância de redes de apoio, parcerias colaborativas e organizações de *streamers*. Tais iniciativas, ainda que incipientes, sugerem fissuras na lógica individualizante das plataformas, apontando para possibilidades de ação solidária em um ambiente marcado pela competitividade. Investigar essas práticas poderia revelar alternativas aos modelos hegemônicos de exploração, tensionando a narrativa de que a autonomia empreendedora é a única via possível.

Ainda acerca das limitações, reconhece-se que a análise dos marcadores sociais da diferença (gênero, raça, classe e sexualidade) não foi aprofundada neste estudo. Embora os relatos tenham tangenciado questões de gênero - como os ataques organizados contra *streamers* mulheres e a sexualização feminina nas plataformas - uma abordagem interseccional permitiria mapear como desigualdades estruturais se reproduzem (ou são subvertidas) nas dinâmicas do *live streaming*. Ampliar essa discussão é urgente não apenas para compreender de forma mais complexa o contexto do trabalho de *streamers* brasileiros, mas também para desnaturalizar a noção de "mérito individual" que sustenta a plataformização do trabalho. No mesmo sentido, investigar a sociodemografia dos *streamers* brasileiros se mostra fundamental para produzir inteligibilidade acerca da natureza desta forma de trabalho no cenário nacional e sua articulação com o contexto laboral no Brasil.

A análise desenvolvida neste trabalho revela que o *live streaming*, enquanto atividade laboral emergente, não apenas reflete, mas também intensifica os paradoxos do trabalho na contemporaneidade. Como espelho ampliado do trabalho contemporâneo, revela a dupla face da plataformização: ao mesmo tempo que captura afetos, laços sociais e tempo livre para convertê-los em valor econômico, abre brechas para criação de sentido, vínculos e práticas coletivas que desafiam a lógica do empreendedorismo neoliberal. Se, por um lado, a atividade naturaliza a autoexploração sob o mito do mérito individual, por outro, expõe fissuras nesse mesmo sistema ao demonstrar que a busca por reconhecimento e comunidade - ainda que instrumentalizada pelas plataformas - pode ser ressignificada como alicerce para solidariedades inesperadas.

Este estudo evidencia que a precarização nas plataformas de *live streaming* não é um mero efeito colateral, mas um pilar estrutural de um modelo que monetiza a subjetividade e

transforma desigualdades em combustível para acumulação. Diante disso, urge repensar as categorias tradicionais do trabalho, questionando não apenas as condições dos *streamers*, mas o próprio paradigma que reduz relações humanas a métricas de rentabilidade. O futuro do trabalho em plataformas de produção de conteúdo não está escrito - e é justo nas contradições aqui mapeadas que residem as possibilidades de sua reinvenção.

REFERÊNCIAS

- ABÍLIO, L. Uberização: subsunção real da viração. Passapalavra/Blog da Boitempo, 19 fev. 2017. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2774141/mod_resource/content/1/Abilio%202017_Uberiza%C3%A7%C3%A3o%20do%20trabalho.pdf> . Acesso em: 25 out. 2024.
- ABÍLIO, L. Empreendedorismo, autogerenciamento subordinado ou viração? Uberização e o trabalhador just-in-time na periferia. *Contemporânea*, v. 11, n. 3, p. 933-955, 2021.
- ABÍLIO, L. C.; AMORIM, H.; GROHMANN, R.. Uberização e plataformização do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas. *Sociologias*, v. 23, n. 57, p. 26–56, maio, 2021.
- AGUIAR, B. C. *A midiatização do jogar: do círculo mágico aos circuitos-ambiente nos usos das redes digitais via streaming*. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola da Indústria Criativa, Universidade Vale do Sinos, São Leopoldo, 2018.
- ALVES, E. P. A. digitalização do simbólico e o capitalismo cultural-digital: a expansão dos serviços culturais-digiais no Brasil. *Sociedade e Estado*, v. 34, n. 1, p. 129-157, 2019.
- ALVES, V. H. A. *A nova fase da precarização do trabalho: o streamer como uma nova ocupação na era da informação*. 2021. 129 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2021.
- ANGELUCI, A. C. B.; GALPERIN, H. O consumo de conteúdo digital em lan houses por adolescentes de classes emergentes no Brasil. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, [S. l.], v. 9, n. 17, 2014. Disponível em: <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/103>. Acesso em: 13 maio. 2024.
- ANTUNES, R. *O Privilégio da Servidão: o novo proletariado de serviços na era digital*. São Paulo: Boitempo, 2018.
- ANTUNES, R. Trabalho e (des)valor no capitalismo de plataforma: três teses sobre a nova era de desantropomorfização do trabalho. In: *Icebergs à Deriva: o trabalho nas plataformas digitais*. São Paulo: Boitempo, 2023. p. 13-40.
- ASSOCIATED PRESS. *Associated Press Stylebook*. 2020
- BARBOSA, R. B. *Camgirl e a uberização do trabalho sexual na internet no Brasil*. In: XXXI Congreso Alas, 2017, Montevideo. Anais do XXXI Congreso Alas. Montevideo: Las encrucijadas abiertas de América Latina. La sociología en tiempos de cambio, 2017.
- BARROS, C. Distinção e compartilhamento no jogo da sociabilidade juvenil: um estudo em lan house popular. *Intexto*, n. 24, p. 209-222, jul. 2011. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/16487>. Acesso em: 10 jul. 2024.
- BIAZZI, A. T. Mulheres gamers: identificação e pertencimento nos jogos eletrônicos. *HUMANIDADES E TECNOLOGIA (FINOM)*, v. 47, n. 1, p. 123-144, 2024.

BOLAÑO, C. R. S.; REIS, D. A. Banda larga, cultura e desenvolvimento. *Nova Economia*, Belo Horizonte, v.25, n.2, p.387-402, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0103-6351/2090>. Acesso em: 08 jul. 2024.

BOUILLOUD, J. P. Epistemologia da Sociologia Clínica: uma epistemologia da recepção para pensar a relação do pesquisador com seu objeto. In: VIANA BRAZ, M.; SILVA, P. H. I.; CARRETEIRO, T. C.; NUNES, C. G. F. (orgs). *Sociologia Clínica e Psicossociologia: teorias e práticas*. pp. 53-72. Cachoeirinha: Editora Fi, 2024. p. 33-53

BOURDIEU, P. As formas de capital. In: RICHARDSON, J. (Ed.). *Handbook of theory and research for the sociology of education*. New York: Greenwood, 1986. p. 241-258.

BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2015.

BROWN, A. M.; MOBERLY, L. Twitch and participatory cultures. In: *The Video Game Debate 2*. Routledge, 2020. p. 53-65.

BRUNO, F. *Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

CABANAS, E.; ILLOUZ, E.. *Happycracia: fabricando cidadãos felizes*. Ubu Editora, 2022.

CAMINHAS, L. Precarity revisited: exploring camming work in Brazil and experiences of precarity in platform-based (erotic) content production. *International Journal of Cultural Studies*, v. 28, n. 1, p. 116-132, 2024. DOI: 10.1177/13678779241244410.

CARRETEIRO, T. C. História de vida laboral e aposentadoria: uma metodologia em discussão. *Psicol. rev.* (Belo Horizonte), Belo Horizonte, v. 23, n. 1, p. 430-441, jan. 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.5752/P.1678-9563.2017v23n1p430-441>. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-11682017000100026&lng=pt&nrm=iso. acessos em 01 fev. 2023.

CNN BRASIL. Profissão streamer: a geração que ganha até US\$ 500 mil por mês fazendo lives. CNN Brasil, 21 jun. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/profissao-streamer-a-geracao-que-ganha-ate-us-500-mil-por-mes-fazendo-lives>. Acesso em 8 jul. 2024.

CORREIO BRAZILIENSE. Casimiro bate próprio recorde com transmissão das quartas da Copa do Mundo. Correio Braziliense, 10 dez. 2022. Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/esportes/2022/12/5057957-casimiro-bate-proprio-recorde-com-transmissao-das-quartas-da-copa-do-mundo.html>. Acesso em: 8 jul. 2024.

CUNHA, M. A. F.; RODRIGUES, M. V. "Meteu essa, Cazé?": uma construção idiomática popularizada em práticas discursivas da internet. *Revista do GELNE*, [S. l.], v. 25, n. 1, p. e31300, 2023. DOI: 10.21680/1517-7874.2023v25n1ID31300. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/gelne/article/view/31300>. Acesso em: 28 nov. 2023.

DALLEGRAVE, L. *Streaming de jogos como sistema de performances: um olhar sobre a transmissão ao vivo de uma streamer de Fortnite através da Twitch*. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

DARDOT, P.; LAVAL, C. *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo, 2016.

DEJOURS, C. Uma nova visão do sofrimento humano nas organizações. In: CHANLAT, J. F. (Org.). *O indivíduo na organização: dimensões esquecidas*. São Paulo: Atlas, 1992.

DEJOURS, C. Entre sofrimento e reapropriação: O sentido do trabalho. In: S. LANCMAN; L. I. SZNELWAR (Org.) Christophe Dejours: Da psicopatologia à psicodinâmica do trabalho. Tradução de Frank Soudant. pp. 433-447. ed.3. Brasília: Paralelo 15 / Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2011.

DEJOURS, C. Sofrimento e prazer no trabalho: a abordagem pela psicopatologia do trabalho. In: S. LANCMAN; L. I. SZNELWAR (Org.) Christophe Dejours: Da psicopatologia à psicodinâmica do trabalho. Tradução de Frank Soudant. pp. 132-157. ed.3. Brasília: Paralelo 15 / Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2011.

DIAS, K. S.; VIEIRA, M. J. P.; ROCHA, C. M. F. Influenciadores digitais: entre o trabalho de plataforma e o empresariamento de si. *Brazilian Creative Industries Journal*, v. 3, n. 1, p. 49–69, 2023. DOI: <https://doi.org/10.25112/bcij.v3i1.3203>.

DIEESE. *Pesquisa nacional da Cesta Básica de Alimentos*. Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos, 2024. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/salarioMinimo.html>. Acesso em: 8 jul. 2024.

DRAFT5. Gaules faz propaganda em intervalo do futebol na Globo. *Draft5*, 13 ago. 2023. Disponível em: <https://draft5.gg/noticia/gaules-faz-propaganda-em-intervalo-do-futebol-na-globo>. Acesso em: 8 jul. 2024.

DUBOST, J. Notas sobre a origem e evolução de uma prática de intervenção psicossociológica. In: MACHADO, M. N. M.; CASTRO, E. M.; ARAÚJO, J. N. G.; ROEDEL, S. (orgs.) *Psicossociologia: análise social e intervenção*. Belo Horizonte: autêntica, 2001. p. 171 - 184

DUFFY, B. E. *(Not) getting paid to do what you love: gender, social media and aspirational work*. New Haven & London: Yale University Press, 2017.

DUJARIER, Marie-Anne. The activity of the consumer: Strengthening, transforming, or contesting capitalism?. *The Sociological Quarterly*, v. 56, n. 3, p. 460-471, 2015.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

ENRIQUEZ, E. O papel do sujeito humano na dinâmica social. In: MACHADO, M. N. M.; CASTRO, E. M.; ARAÚJO, J. N. G.; ROEDEL, S. (orgs.) *Psicossociologia: análise social e intervenção*. Belo Horizonte: autêntica, 2001. p. 27 - 45

ESCOBAR-LAMANNA, J. C. "You've Got to Put in the Time": Neoliberal-Ableism and

Disabled Streamers on Twitch. *Societies*, v. 14, n. 60075, 2024. DOI: 10.3390/soc14060075.

EXAME. Casimiro irá transmitir Copa do Mundo Feminina. *Exame*, 6 jul. 2023. Disponível em: <https://exame.com/esporte/casimiro-ira-transmitir-copa-do-mundo-feminina/>. Acesso em: 8 jul. 2024.

F5. Globo abre mão de exclusividade dos Jogos Olímpicos na TV paga e na internet até 2032. <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2023/11/globo-abre-mao-de-exclusividade-dos-jogos-olimpicos-na-tv-paga-e-na-internet-ate-2032.shtml>

FALCÃO, T.; MARQUES, D.; MUSSA, I.; MACEDO, T. No limite da utopia: Cultura gamer, neoliberalismo e regulação dos esports no Brasil. *Revista FAMECOS*, [S. l.], v. 30, n. 1, p. e43088, 2023. DOI: 10.15448/1980-3729.2023.1.43088. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/43088>. Acesso em: 10 jul. 2024.

FRAGOSO, S. D.; AMARO, M.; SEULA, R. S. MEDIAÇÕES NOS E-SPORTS E STREAMING DE JOGOS : UMA EXEMPLIFICAÇÃO A PARTIR DA PERFORMANCE DO PRO-PLAYER BRIT. *Animus*. Revista Interamericana de Comunicação Midiática, [S. l.], v. 20, n. 43, 2021. DOI: 10.5902/2175497742492. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/42492>. Acesso em: 14 jun. 2024.

FRANZKE, Aline S.; BECHMANN, Anja; ZIMMER, Michael; ESS, Charles. *Internet research: ethical guidelines 3.0*. Association of Internet Researchers. Disponível em: <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>

FUNG, A.; ISMANGIL, M.; HE, W.; CAO, S. If I'm not Streaming, I'm not Earning: Audience Relations and Platform Time on Douyin. *Online Media and Global Communication*, v. 1, n. 2, p. 369-386, 2022. DOI: 10.1515/omgc-2022-0001.

GALDINO, R. J.; SILVA, T. T.; ZANOTTI, C. A. Do jogo ao Espetáculo: a midiatização do streaming de games na plataforma Twitch. *Comunicação & Inovação*, v. 22, n. 49, 15 jun. 2021.

GAULEJAC, V. Historia de vida y sociología clínica. *Proposiciones*, v. 29, n. 01, p. 01-13, 1999.

GAULEJAC, V. *Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social*. Tradução de Ivo Storniolo. São Paulo: Idéias & Letras, 2007.

GAULEJAC, V.; TAKEUTI, T. N. M. O âmago da discussão: da sociologia do indivíduo à sociologia do sujeito. *Revista Cronos*. v. 05, n. 2, s/n, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/cronos/article/view/3233>. Acesso em: 11 out. 2023.

GAULEJAC, V. O trabalho como lugar de construção do sujeito, entre emancipação e alienação. In: VIANA BRAZ, M.; SILVA, P. H. I.; CARRETEIRO, T. C.; NUNES, C. G. F. (orgs). *Sociologia Clínica e Psicossociologia: teorias e práticas*. pp. 53-72. Cachoeirinha: Editora Fi, 2024.

GAULEJAC, V.; HANIQUE, F. *Capitalismo Paradoxante: um sistema adoecedor*. São Paulo: Hucitec, 2024.

GE. O que é Twitch? Conheça a maior plataforma de lives do mundo. *Globo Esporte*, Rio de Janeiro, 31 jul. 2023. Disponível em:

<https://ge.globo.com/esports/streamers/reportagem/2023/07/31/c-o-que-e-twitch-conheca-a-maior-plataforma-de-lives-do-mundo.ghtml>. Acesso em: 25 out. 2024.

GILLESPIE, T. A relevância dos algoritmos. Tradução de Amanda Jurno. *Revista Parágrafo*, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 95-121, 2018a. Disponível em:

<https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/722>. Acesso em: 06 jan. 2023.

GILLESPIE, Tarleton. *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press, 2018b.

G1. Twitch libera integração de vídeos da 'vida real' à transmissão de jogos. *G1*, 16 dez. 2016. Disponível em:

<https://g1.globo.com/tecnologia/games/noticia/twitch-libera-integracao-de-videoes-vida-da-real-a-transmissao-de-jogos.ghtml>. Acesso em: 8 jul. 2024

GROHMANN, R. Plataformização do trabalho: entre datificação, financeirização e racionalidade neoliberal. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura*. v. 22, n. 1, p. 106-122, 2020.

GUARRIELLO, N. B. Never give up, never surrender: Game live streaming, neoliberal work, and personalized media economies. *New Media & Society*, v. 21, n. 8, p. 1750-1769, 2019. DOI: 10.1177/1461444819831653.

HUWS, U. *A formação do cibertariado: trabalho virtual em um mundo*. Campinas: Editora da Unicamp, 2018.

IGN BRASIL. Twitch: Bel Rodrigues é a primeira mulher a chegar no top 10 streamers com mais subs no Brasil. *IGN Brasil*, 5 jul. 2023. Disponível em:

<https://br.ign.com/twitch/110934/news/twitch-bel-rodrigues-e-a-primeira-mulher-a-chegar-no-top-10-streamers-com-mais-subs-no-brasil>. Acesso em: 8 jul. 2024.

JENKINS, H.; GREEN, J; FORD, S. *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph, 2014.

JOHNSON, M. R. Humour and Comedy in Digital Game Live Streaming. *New Media & Society*, v. 26, n. 6, p. 3045-3067, 2024. DOI: 10.1177/14614448221095160

JOHNSON, M. R.; WOODCOCK, J. “And Today’s Top Donator is”: How Live Streamers on Twitch.tv Monetize and Gamify Their Broadcasts. *Social Media + Society*, 5(4), 2019. <https://doi.org/10.1177/2056305119881694>

JUST, S. N.; STORM, K.; BUKURU, S.-L. Onlife Intersectionalities as Flows of Playbour: The Case of Women in Gaming. *Media, Culture & Society*, v. 45, n. 5, p. 899-915, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/016344372311>. Acesso em: 9 jul. 2024.

KARHAWI, I. *De blogueira a influenciadora: etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2020.

KARHAWI, I.; PRAZERES, M. Exaustão algorítmica: influenciadores digitais, trabalho de plataforma e saúde mental. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, [S. l.], v. 16, n. 4, p. 800–819, 2022. DOI: 10.29397/reciis.v16i4.3378. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/3378>. Acesso em: 15 jan. 2023.

KUEHN, K; CORRIGAN, T. F. Hope Labor: The Role of Employment Prospects in Online Social Production. *The Political Economy of Communication*, [S.l.], v. 1, n. 1, may 2013. ISSN 2357-1705. Disponível em: <https://www.polecom.org/index.php/polecom/article/view/9>>. Acesso em: 05 nov. 2023.

LARK, D. How Not to Be Seen: Notes on the Gendered Intimacy of Livestreaming the Covid-19 Pandemic. *Television & New Media*, v. 23, n. 5, p. 462-474, 2022. DOI: 10.1177/15274764221080917.

LÉVY, P. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

Lipovetsky, G. (2007) A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. Companhia das Letras.

MARQUEZI, Dagomir. *Bate-papo cara a cara*. Superinteressante, 2000. Disponível em: <https://super.abril.com.br/historia/bate-papo-cara-a-cara>. Acesso em: 8 jul. 2024.

MACEDO, T. *Quem não sonhou em ser jogador de videogame? Free Fire, movimento e as mediações do esport no Brasil*. 2023. 430 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023.

MACEDO, T.; KURTZ, G. ; BECKA, L. Esports Culture in South America. In: JENNY, Seth; BESOMBES, Nicolas; BROCK, Tom; COTE, Amanda; SCHOLZ, Tobias. (Eds.). *Routledge Handbook of Esports*. London: Routledge, 2024, p. 643-654.

MANZANO, M.; KREIN, J. D.; ABÍLIO, L. C. A dinâmica da informalidade laboral no Brasil nas primeiras duas décadas do século XXI. In: *Icebergs à Deriva: o trabalho nas plataformas digitais*. São Paulo: Boitempo, 2023. p. 229-248.

MASSA, A. Implicação, complexidade e subjetividade na pesquisa e na intervenção de orientação psicossocial clínica. In: CASTILHO SÁ, M.; MASSA, A. (Org). *Crise, intervenções e resistências na sociedade e na saúde: sujeitos e coletivos em questão*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2025 [No prelo].

MEISNER, C. Networked Responses to Networked Harassment? Creators' Coordinated Management of "Hate Raids" on Twitch. *Social Media + Society*, v. 9, n. 2, 2023. DOI: 10.1177/20563051231179696.

METRÓPOLES. Casimiro Miguel, um dos fenômenos da Twitch, rescinde com o SBT. *Metrópoles*, 18 fev. 2022a. Disponível em:

<https://wlww.metropoles.com/celebridades/casimiro-miguel-um-dos-fenomenos-da-twitch-rescinde-com-o-sbt>. Acesso em: 8 jul. 2024.

METRÓPOLES. De olho em público gamer, SBT aposta em cópia de Casimiro; entenda. *Metrópoles*, 11 mar. 2023b. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/game/de-olho-em-publico-gamer-sbt-aposta-em-copia-de-casimiro-entenda>. Acesso em: 8 jul. 2024.

MICHAELIS. *Dicionário brasileiro da Língua Portuguesa*. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portuguesbrasileiro/normatizar/>. Acesso em: 10 jul. 2024.

MONTARDO, S.; FRAGOSO, S.; AMARO, M.; PAZ, S. Consumo digital como performance sociotécnica: Análise dos usos da plataforma de streaming de games Twitch. *Comunicação Mídia e Consumo*, [S. l.], v. 14, n. 40, p. 45–67, 2017. DOI: 10.18568/cmc.v14i40.1301. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/1301>. Acesso em: 14 jun. 2024.

MONTARGIL, G. S. *Loopando e barbarizando com streamers queers: precarização do trabalho, audiovisualidade tecnogendrada e hackeamentos do corpo-mídia*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Porto Alegre, 2023.

NASCIMENTO, Yago Rafael Chagas de Souza Renato do. *Dinâmicas sociais do desenvolvimento das culturas dos videogames no Brasil: o caso do Counter-Strike*. 2023.

PASE, A. F.; DALLEGRAVE, L.; FONTOURA, M. Capital Lúdico: um reflexo da tecnocultura algorítmica em performances na plataforma de streaming Twitch. *Fronteiras - estudos midiáticos*, v. 22, n. 3, p. 2–15, 18 nov. 2020. DOI: <https://doi.org/10.4013/fem.2020.223.01>

PAZ, S. *Performance play: consumo como performance no streaming de games da plataforma Twitch*. 2016. Dissertação (Mestrado em Processos e Manifestações Culturais) – Universidade Feevale, Novo Hamburgo, 2016. Disponível em: <https://biblioteca.feevale.br/Dissertacao/DissertacaoSamyrPaz.pdf>. Acesso em: 9 jul. 2024.

PAZ, S.; MONTARDO, S. P. Performance play: consumo digital como performance no streaming de games da plataforma Twitch. *Fronteiras - estudos midiáticos*, v. 20, n. 2, p. 190-203–203, 2018.

PENSO, M. A.; SILVA, J. F.; NOVAES, B. B. A.; CUNHA, M. L. A história de vida como método clínico interpretativo. In: VIANA BRAZ, M.; SILVA, P. H. I.; CARRETEIRO, T. C.; NUNES, C. G. F. (Orgs.). *Sociologia Clínica e Psicossociologia: teorias e práticas*. Farroupilha: Editora Fi, 2024. p. 93 - 114

PEREIRA, Viviane de Oliveira. *Bate-papo na internet: algumas perspectivas educativas*. 2004. 190f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-graduação em Educação Brasileira, Fortaleza (CE), 2004.

PERSAUD, C. J.; PERKS, M. E. Beauty From the Waist Up: Twitch Drag, Digital Labor, and Queer Mediated Liveness. *Television & New Media*, v. 23, n. 5, p. 475-486, 2022. DOI: 10.1177/15274764221080912.

PGB - PESQUISA GAME BRASIL. *Pesquisa Game Brasil 2024*. Disponível em <https://www.pesquisagamebrasil.com.br/>. Acesso em 21 de junho de 2024.

PHELPS, A. M.; CONSALVO, M.; BOWMAN, N. D. *Streaming into the void: An analysis of microstreaming trends and behaviors utilizing a demand framework*. In: BUI, T. X. (Ed.). *Proceedings of the 54th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, HICSS 2021*. Los Alamitos: IEEE Computer Society, 2021. p. 2863-2872.

PINTO, B. O. S.; CARRETEIRO, T. C. O. C.; RODRIGUEZ, L. S. Trabalhando no "entre": a história de vida laboral como método de pesquisa em psicossociologia. *Farol - Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade*, v. 2, n. 5, p. 976-1022, 2015. DOI: <https://doi.org/10.25113/farol.v2i5.3129>. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/50326/trabalhando-no-entre-a-historia-de-vida-lab-oral-como-metodo-de-pesquisa-em-psicossociologia-i-pt-br>. Acesso em: 28 jan. 2023.

POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4), 2019. <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>

POSTIGO, H. The socio-technical architecture of digital labor: Converting play into YouTube money. *New Media & Society*, 16, 2014. DOI: 10.1177/1461444814541527.

PRAUN, L. Sujeitos ao acaso: trabalho flexível e vida fortuita sob o capitalismo contemporâneo. In: *Icebergs à Deriva: o trabalho nas plataformas digitais*. São Paulo: Boitempo, 2023. pp. 249-264.

RAUN, T. Capitalizing intimacy: new subcultural forms of micro-celebrity strategies and affective labour on YouTube. *Convergence*, v. 24, n. 1, p. 99-113, 2018. DOI: 10.1177/1354856517736983.

REMENCHE, M. L. R.; MONTARGIL, G.; ROHLING, N. Upando com meninas empoderadas: identidades mobilizadas em práticas discursivas nas streams de Samira Close. *Revista Contracampo*, v. 40, n. 2, 2021.

RODRIGUES, V. L. R. *Ser e estar em tela: experiências de lazer de streamers LGTBIN+ na live streaming*. 2023. Dissertação (Mestrado em Estudos do Lazer) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2023.

RUBERG, Bonnie; CULLEN, Amanda L. L. Feeling for an Audience: The Gendered Emotional Labor of Video Game Live Streaming. *Digital Culture & Society*, v. 5, n. 2, p. 85-102, 2019. DOI: 10.14361/dcs-2019-0206.

RUBERG, B.; CULLEN, A. L. L.; BREWSTER, K. Nothing but a “titty streamer”: legitimacy, labor, and the debate over women’s breasts in video game live streaming. *Critical Studies in Media Communication*, v. 36, n. 5, p. 466-481, 2019. DOI: 10.1080/15295036.2019.1658886.

RUBERG, B.; LARK, D. Livestreaming from the bedroom: Performing intimacy through domestic space on Twitch. *Convergence*, v. 27, n. 3, p. 679-695, 2021. DOI: 10.1177/1354856520978324.

SHAW, A. What is video game culture? Cultural studies and game studies. *Games and Culture*, v. 5, n. 4, p. 403-424, 2010.

SCOLARI, F. Capitalismo digital e de plataforma: retorno a um putting out system? In: *Icebergs à Deriva: o trabalho nas plataformas digitais*. São Paulo: Boitempo, 2023. p. 89-106

SILVA, J. C. G. C. *O trabalho de streamers sob as regras do jogo da Twitch: desafios jurídicos do labor em uma plataforma digital social*. Rio de Janeiro, 2022. Dissertação (Mestrado em Direito)- Faculdade Nacional de Direito, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

SILVA, J. dos S.; FLOR JÚNIOR, E. dos S.; CASADO ALVES, M. da P. O STREAMING COMO POTENCIALIZADOR DOS CORPOS ESTRANHOS: SAMIRA CLOSE E O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA PELA GAMEPLAY. *Linguagens - Revista de Letras, Artes e Comunicação*, [S. l.], v. 16, n. 1, p. 112–132, 2022. DOI: 10.7867/1981-9943.2022v16n1p112-132. Disponível em: <https://ojsrevista.furb.br/ojs/index.php/linguagens/article/view/10324>. Acesso em: 10 jul. 2024.

SILVA, P. H. I.; NUNES, C. G. F.; SOUZA, I. G. O sujeito e o trabalho plataformizado na perspectiva da Sociologia Clínica. In: VIANA BRAZ, M.; SILVA, P. H. I.; CARRETEIRO, T. C.; NUNES, C. G. F. (Orgs.). *Sociologia Clínica e Psicossociologia: teorias e práticas*. Farroupilha: Editora Fi, 2024. p. 229 - 246

SHIRKY, C. *A cultura de Participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

SKARDZIUS, K. *I stream, you stream, we all stream: gender, labor and the politics of online streaming*. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) - York University. Toronto, p.197. 2020.

SOUZA, I. R. L. *Sujeito em jogo: o funcionamento do discurso sobre o jogo no Twitch*. 2019. Tese (Doutorado em Ciências da Linguagem) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, 2019.

SRNICEK, N. *Platform capitalism*. Cambridge: Polity Press, 2017.

STREAM CHARTS. All streaming data & analytics in one place. Disponível em: <<https://streamscharts.com/>>. Acesso em: 28 jun. 2024.

TAYLOR, T. L. *Watch Me Play: Twitch and Rise of Gaming Live Streaming*. New Jersey: Princeton University Press, 2018.

TERRA. Globo convida gamers para quadro no Esporte Espetacular com intenção de conquistar audiência jovem. *Terra*, 19 abr. 2022. Disponível em:

<https://www.terra.com.br/esportes/globo-convida-gamers-para-quadro-no-esporte-espetacular-com-intencao-de-conquistar-audiencia-jovem.cdf07ae9a8c223b02065ab7bd15158ddusjqjfrv.html>. Acesso em: 8 jul. 2024.

TERRANOVA, T. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. *Social Text*, v. 18, n. 2, p. 33–58, 2000.

THORSTENSEN, C. Q. As relações de troca na plataforma de streaming Twitch. 2020. 143 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Programa de Pós-graduação em Antropologia, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2020.

TIKTOK. Live Gifts and Wallet. *TikTok Support*, 10 jun. 2019. Disponível em: https://support.tiktok.com/pt_BR/live-gifts-wallet. Acesso em: 8 jul. 2024.

TRAN, C. H. “Never Battle Alone”: Egirls and the Gender(ed) War on Video Game Live Streaming as “Real” Work. *Television & New Media*, v. 23, n. 5, p. 509-520, 2022. DOI: 10.1177/15274764221080930.

TWITCH. *Twitch Press Center*. Twitch.tv, 2022. Disponível em: <https://www.twitch.tv/p/press-center/>. Acesso em: 15 nov. 2022.

TWITCH. Creator Camp. Twitch.tv, 2024. Disponível em: https://help.twitch.tv/s/article/guide-to-cheering-with-bits?language=pt_BR. Acesso em 12 nov. 2024.

TERRANOVA, T. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. *Social Text*, v. 18, n. 2, p. 33–58, 2000.

TÖRHÖNEN, M.; SJÖBLOM, M.; HASSAN, L.; HAMARI, J. Fame and fortune, or just fun? A study on why people create content on video platforms. *Internet Research*, v. 30, n. 1, p. 165-190, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/INTR-06-2018-0270>. Acesso em: 9 jul. 2024.

VIANA BRAZ, Matheus. MECANISMOS DE DEFESA. In: SCHMIDT, Maria Luiza Gava (Org). *Dicionário temático de saúde/doença mental no trabalho: principais conceitos e terminologias*. São Paulo: FiloCzar, 2020. p. 274-276.

VIANA BRAZ, M. Heteromação e microtrabalho no Brasil. *Sociologias*, v. 23, n. 57, p. 134–172, 2021a.

VIANA BRAZ, M. *Trabalho, sociologia clínica e ação: alternativas à individualização do sofrimento*. Porto Alegre: Editora Fi, 2021b.

VIANA BRAZ, M.; CASADORE, M. M.; HASHIMOTO, F.. INTERVENÇÃO EM PSICOSSOCIOLOGIA: A CONSTRUÇÃO DA ESCUTA E A IMPLICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES. *Psicologia em Estudo*, v. 25, p. e48468, 2020.

VIANA BRAZ, M.; SILVA, P. H. I.; CARRETEIRO, T. C.; NUNES, C. G. F.. Sobre as abordagens sócio-clínicas: Sociologia Clínica e Psicossociologia. In: VIANA BRAZ, M.; SILVA, P. H. I.; CARRETEIRO, T. C.; NUNES, C. G. F. (Orgs.). *Sociologia Clínica e*

Psicossociologia: teorias e práticas. Farrroupilha: Editora Fi, 2024. p. 09-32.

VIANA BRAZ, M.; MENDES, T. C.; FERREIRA, Y. A. Ideologia gerencialista e plataformas de treinamentos de dados para Inteligência Artificial (IA): condições de trabalho e saúde dos trabalhadores no Brasil. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, [S. l.], v. 16, n. 4, p. 759–784, 2022. DOI: 10.29397/reciis.v16i4.3397. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/3397>. Acesso em: 15 jan. 2023.

VINUTO, J. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. *Temáticas*, Campinas, SP, v. 22, n. 44, p. 203–220, 2014. DOI: 10.20396/tematicas.v22i44.10977. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/tematicas/article/view/10977>. Acesso em: 18 out. 2023.

WELCH, T. “Love You, Bro”: Performing Homosocial Intimacies on Twitch. *Television & New Media*, v. 23, n. 5, p. 521-530, 2022. DOI: 10.1177/15274764221081460.

WOODCOCK, J. *Marx no Fliperama: videogames e luta de classes*. Autonomia Literária: São Paulo, 2019.

WOODCOCK, J. Compreendendo a resistência às plataformas. In: *Icebergs à Deriva: o trabalho nas plataformas digitais*. São Paulo: Boitempo, 2023. p. 425-446

WOODCOCK, J; GRAHAM, M. *The gig economy*. Cambridge: Polity Press, 2020.

WOODCOCK, J.; JOHNSON, M. R. “It’s like the gold rush’: the lives and careers of professional video game streamers on Twitch.tv. *Information, Communication & Society*, 1–16, 2017. Disponível em: doi:10.1080/1369118x.2017.1386229. Acesso em: 28 nov. 2023.

WOODCOCK, J.; JOHNSON, M. R. The Affective Labor and Performance of Live Streaming on Twitch.tv. *Television & New Media*, 20(8), 813–823, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/1527476419851077>. Disponível em: <http://oro.open.ac.uk/68723/3/AffectiveLabor68723.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2023.

XU, L.; ZHANG, H. The game of popularity: The earnings system and labor control in the live streaming industry. *Chinese Journal of Sociology*, v. 8, n. 2, p. 187-209, 2022. DOI: 10.1177/2057150X221090328.

YOUTUBE. A YouTube built for gamers. *YouTube Blog*, 10 jun. 2015. Disponível em: <https://blog.youtube/news-and-events/a-youtube-built-for-gamers/>. Acesso em: 8 jul. 2024.

YOUNG, A.; WIEDENFELD, G. A Motivation Analysis of Video Game Microstreamers: “Finding My People and Myself” on YouTube and Twitch. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, v. 66, n. 2, p. 381-399, 2022. DOI: 10.1080/08838151.2022.2086549.

YOUNGBLOOD, J. A Labor of (Queer) Love: Maintaining “Cozy Wholesomeness” on Twitch During COVID-19 and Beyond. *Television & New Media*, v. 23, n. 5, p. 531-541, 2022. DOI: 10.1177/15274764221080966.

ANEXO A - GLOSSÁRIO

Live streaming: *Live streaming*, *live* ou *streaming* são termos que serão utilizados como sinônimo no decorrer desta dissertação. Apesar de poderem ter significados diferentes, como por exemplo serviços de *streaming* tais quais Netflix ou Spotify, para usuários e produtores de conteúdo brasileiros de *live streaming* tais conceitos parecem equivalentes, e seguiremos desta forma em nosso trabalho.

Lurk: Quando o espectador deixa a *live* aberta, mas sem assisti-la. Normalmente é feito como forma de apoiar o *streamer*, aumentando o número de espectadores simultâneos e as visualizações de anúncios.

Games: Jogos, mais especificamente jogos eletrônicos ou digitais.

Gamer: Se refere a aquilo ou aquele que tem ligação com os jogos eletrônicos.

Gaming house: Casa de um time de esports na qual os jogadores profissionais vivem e treinam.

Gank: O mesmo que *raid*.

Modders: Pessoas que, de forma independente, interagem com os jogos através de sua modificação ou expansão, criando mods (diminutivo em inglês de “modificação”).

Pro-player: Pessoa que joga profissionalmente, ou que compete em campeonatos de *esports*.

Emotes: figuras personalizadas que podem ser enviadas no chat de uma live.

Vlog: Junção de “vídeo” e “blog”. Se refere, aqui, ao formato de blogs (conteúdo pessoalístico, informal, compartilhando momentos da vida pessoal) incorporado ao formato do vídeo.

React: “reagir”, do inglês. Se refere a um tipo específico de conteúdo, no qual o *streamer* assiste a outra mídia visual (seja mídia tradicional ou também produzida por usuários), e reage a ela com comentários, emoções, opiniões, piadas, etc.

Raid: “Invasão”, do inglês. Se refere à invasão do espaço digital da live de um *streamer*, seja pela via “humana”, ou seja, de um streamer levar seus espectadores para outra live e/ou um grupo de pessoas se organizarem para mandar mensagens no chat de uma live em específico; ou pelo uso de atores não-humanos, com bots programados para mandar mensagens ou seguir um canal em específico. É um ato que pode ter a intenção de apoiar o streamer que a recebe, como forma de dar visibilidade pelo redirecionamento da audiência, por exemplo; mas também pode ser uma forma de ataque, com o uso do número massivo de seguidores para perturbar o andamento da live e até mesmo causar banimento, ou com mensagens de ódio mandadas repetidamente no chat - o que é chamado de *hate raid*.

Streamar: neologismo utilizado no Brasil. Provém da palavra em inglês “*stream*” e é utilizado para se referir à ação de realizar uma transmissão de vídeo (ou *live stream*).

Viewer: “espectador”, do inglês. Normalmente utilizado para designar aqueles que assistem o conteúdo ao vivo.

ANEXO B - ROTEIRO DE ENTREVISTA

Gênero: Idade: Data:

Raça: Orientação sexual:

Parte 1 - história pessoal e trajetória socioprofissional

1. Você poderia me contar um pouco da sua trajetória de trabalho? (investigar trajetória socioprofissional)
2. E sua história pessoal? Onde nasceu, cresceu, relações familiares...
3. Com o que seus pais trabalharam?
4. O que você entendia por trabalho?
5. O que é para você ter um trabalho de sucesso?
6. Você teve experiências de trabalho prévias ao *streaming*? Você sentiu frustração ou reconhecimento nestas?
7. E quanto a estudo? O que significa para você? Teve acesso à formação? Qual foi sua relação com a educação?
8. Teve pessoas ou figuras importantes que marcaram sua história pessoal?
9. Olhando para o passado, o que pensa acerca de conquistas ou perdas que o marcaram?

(manifestação do desejo do sujeito; demarcação de uma identidade narrativa;
construção de historicidade)

Parte 2 - O trabalho do *streamer*

1. Em que momento da sua vida você chegou no streaming?

2. Quando decidiu streamar?

(compreender os sentidos e significados atrelados ao streaming)

3. E como é sua rotina de trabalho? Poderia me contar tudo o que você faz em um dia?

4. Em que ambiente você faz suas *lives*? Qual a estrutura que precisa?

5. Como você organiza seu trabalho? (horas por dia, dias da semana, cronograma)

6. Quando monetizou? Quanto tempo levou?

7. O que mudou desde que você começou a streamar?

8. O que mais gosta em ser streamer? Quando se sente reconhecido?

9. O que te frustra? O que gostaria que fosse mudado na plataforma?

10. O que demanda mais trabalho em *streamar*?

11. Você vê como um trabalho?

12. O que você ser um streamer significa para sua família e amigos?

(lugar social do streamer no tecido social; reconhecimento social da atividade)

13. Quais são suas perspectivas de futuro como streamer?

14. Como é a sua relação com a Twitch?

15. Sobre o algoritmo da twitch, algo mudou?

16. O que é justo e o que não é na plataforma?

17. Você se sentiria à vontade em falar o quanto recebe em média por mês?

18. O que você faz que dá certo para além das regras da Twitch?

(estratégias de transgressão; tanto em termo de monetização quanto de
aumento de audiência)

19. Quais são as formas de obtenção de renda que você tem hoje? Qual é a forma mais importante?

20. E como são as relações com a sua audiência/comunidade? Dentro e fora da plataforma

21. E com outros streamers?

22. Tem algo na atividade que te estressa, te causa ansiedade ou tristeza?

23. Tem algo que te ajuda a lidar com isso?