
“Ajuda nas contas”: uma defesa do *live streaming* não-monetizado enquanto trabalho¹

Amanda Thuns BIAZZI²

Universidade Estadual de Maringá, Maringá, PR

RESUMO

A atividade do *live streaming* vem, progressivamente, sendo reconhecida enquanto uma forma de trabalho pela academia; porém, ainda são poucas as pesquisas que se debruçam sobre o trabalho não-remunerado que movimenta as plataformas de *streaming*. A partir de uma revisão da literatura e uma etnografia digital em andamento, nos propomos, tomando como base o referencial da Psicossociologia e Sociologia Clínica, analisar a produção de conteúdo não-monetizado na Twitch, e defendê-la enquanto o que é: uma forma de trabalho não-remunerada.

PALAVRAS-CHAVE

live streaming; trabalho; monetização; Psicossociologia e Sociologia Clínica.

1. Introdução

Com a propagação do acesso à internet, novas formas de trabalho surgem atreladas à promessa neoliberal de “ganhar dinheiro fazendo o que ama” (Duffy, 2017). Tal lema flutua em nosso imaginário, participando em nossos processos de subjetivação representando a epítome do sujeito neoliberal: aquele que extrai possibilidades de sucesso financeiro de toda a sua existência, mesmo do lazer, em um constante investimento e lucro sob seu capital humano (Dardot e Laval, 2016; Gaulejac e Hanique, 2024).

Neste contexto surge a atividade do *live streaming*. Esta, que se caracteriza como a transmissão ao vivo em plataforma de conteúdo de imagem gerado por usuário, desponta associada principalmente à cultura de jogos digitais, enquanto uma possibilidade de tornar o jogo privado em público e, possivelmente, rentável (Taylor,

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Psicologia da Universidade Estadual de Maringá, email: amandabiazzi@id.uff.br

2018). A Twitch nasce em meio a cultura e comunidade *gamer*, e é vista pelos *streamers* como parte dela, se entrelaçando com outras formas de formação de comunidade, como fóruns, blogs e canais no YouTube (Woodcock e Johnson, 2017). Tal atividade surge e é dominada pela plataforma Twitch em 2011, a qual é comprada pela Amazon em 2014. Hoje, a plataforma angaria uma média de 2,5 milhões de espectadores simultâneos e 100 mil *streamers* ativos diariamente (Streamtracker, 2024).

Considerando a amplitude da atividade, diversas pesquisas já se dedicaram a descrevê-la, assim como a analisar os aspectos implicados na realização do *live streaming* (Woodcock e Johnson, 2017; 2019; Taylor, 2018; Alves, 2021). Porém, quando se fala de *streamers* enquanto trabalhadores, normalmente se refere àqueles que já atingiram o *status* de “afiliados” ou “parceiros” da Twitch, visto que estes se enquadram nos critérios de remuneração estabelecidos pela plataforma; mas são poucas as pesquisas que se dedicam ao trabalho não-remunerado daqueles que buscam tal *status*, mesmo que sejam a maioria do contingente de *streamers*.

Considerando estes aspectos, buscamos apresentar, neste trabalho, uma defesa da atividade não-remunerada de *streaming* enquanto forma de trabalho. Tal defesa se dá como resultado parcial de uma etnografia digital em andamento, através da qual observamos *lives* de *streamers* não-monetizados na plataforma Twitch e elementos frequentes nestas *streams* que caracterizam tal atividade enquanto um trabalho aspiracional. Também foram observadas as regras de monetização da plataforma Twitch e as estatísticas de uso desta. Em complemento, foi realizada uma revisão da produção científica acerca do *live streaming* enquanto trabalho, tanto em português quanto em inglês. Temos, como aporte teórico para realizar tal discussão, a Psicossociologia e Sociologia Clínica, a qual nos permite refletir criticamente sobre as características de tal atividade enquanto trabalho e suas implicações subjetivas para o indivíduo que nela toma parte.

2. Resultados e discussão

O trabalho, em nossa sociedade, carrega grande relevância nos processos de subjetivação do indivíduo e, também, em seu reconhecimento e inserção social. Porém, o que entendemos como trabalho, vem se tornando cada vez mais difícil de definir: os vínculos trabalhistas se fragilizaram, os espaços de trabalho se misturaram aos âmbitos

domésticos e privados, trabalho e lazer têm suas fronteiras são borradas, e a responsabilidade pelos processos de trabalho - gestão, remuneração, reconhecimento, sofrimento - progressivamente é transferida na sua totalidade para o indivíduo (Gaulejac e Hanique, 2024).

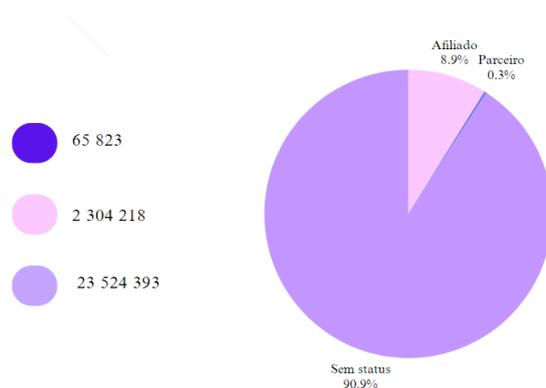
Para Gaulejac (2007), na atualidade, o foco principal do trabalho se encontra na rentabilidade financeira que este propicia. Para alcançá-la, é colocado o modelo de trabalho e sujeito favorecido pela ideologia gerencialista, a qual estimula “a autonomia, a iniciativa, a eficiência, a responsabilidade, a comunicação e a mobilidade”, associado a valores correntes de nossa sociedade (Gaulejac, 2007, p. 195). Apesar de poder parecer atrativa sob um ponto de vista individualista e meritocrático - quem se esforçar mais, ganha mais -, os custos humanos e sociais para alcançar esta demanda por progresso e desempenho constantes são deixados em segundo plano, ocultando, também, as relações de poder implicadas. O resultado de tal individualização e rentabilização das atividades humanas é a transformação do indivíduo em um capital humano do qual deve se extrair lucro e valor não apenas do trabalho, mas de qualquer aspecto da vida (Dardot & Laval, 2016).

Este momento de mudanças no mundo do trabalho e no sujeito que nele se engaja, assim como a prevalente digitalização das relações humanas, possibilita o surgimento de novas formas de trabalho não-tradicionais, como, por exemplo, o microtrabalho (Viana Braz, 2021), ou formas voltadas à criação de conteúdo e expressão de si em mídias sociais, como blogueiras, *youtubers*, *influencers* (Karhawi, 2022), e *streamers* (Woodcock & Johnson, 2017; 2019; Taylor, 2018; Skardzius, 2020). O *live streaming* carrega algumas particularidades que o diferem de outras formas de produção de conteúdo em plataformas: a interação ao vivo do público com o *streamer* através do chat; a transmissão simultânea da imagem/áudio do produtor de conteúdo e do jogo; a necessidade de quem produz de desempenhar boa performance na partida e responder ao público; e a interface voltada à monetização do conteúdo, com botões para inscrição/gorjeta e espaço na tela da *streamer* para destacar nomes/recados de quem pagou.

Os *streamers* passam a ser conhecidos pela população em geral, normalmente como casos de sucesso: manchetes como “Profissão streamer: a geração que ganha até US\$ 500 mil por mês fazendo lives” (Prado, 2021), ou “135 streamers brasileiros

receberam US\$ 22 milhões da Twitch” (Marques, 2021). Tal ideia favorece com que muitos vejam o *streaming* enquanto uma possibilidade de carreira: das pessoas que jogam e que viam na indústria de jogos uma perspectiva de trabalho, 70% viam essa possibilidade no *streaming* (PGB, 2024). Porém, na maioria dos casos, as manchetes sobre jovens *streamers* milionários não corresponde à realidade do trabalho nestas plataformas. Na realidade, 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 receberem da plataforma, contra cerca de dois milhões de afiliados - primeiro status de monetização - e 65 mil parceiros - status que inclui um contrato.

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



Fonte: a autora (2024).

A transformação de uma forma de lazer em um trabalho foi tema de várias das investigações acerca de *live streaming* encontradas. Teorizando acerca do fenômeno de trabalhar jogando, alguns autores se utilizam do neologismo “playbour”, ou “playbor”, 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 (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 pode ser uma maneira perigosa de analisá-la, visto facilita 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 (2021) ao tratar de trabalhadores de microtarefas, os quais são comumente chamados de “microtrabalhadores”, o que “parece produzir um efeito colateral de reduzir e talvez depreciar o trabalho realizado pelos sujeitos” (Viana Braz, 2021, p. 142). O trabalho do *streamer* vai muito além do jogo, independente do tamanho de sua audiência; demanda performance, engajamento afetivo, conhecimentos e habilidades técnicas, havendo remuneração ou não (Woodcock e Johnson, 2019).

Mesmo o trabalho não-monetizado implica em elementos de organização do trabalho, como cronograma de trabalho, *layout* personalizado, regras da comunidade, *setup* utilizado pelo *streamer*, formação de comunidade e identidade do *streamer* via outras mídias sociais, interações cordiais e/ou performáticas, intervenção da audiência no jogo, entre outros. Além disso, em nossa investigação etnográfica, encontramos tentativas de *streamers* não-monetizados de romperem o teto imposto pelas regras quantitativas da Twitch: pedidos como “ajuda nas contas”; divulgação do pix para doações; meta de doações na tela do *streamer*; mensagens pagas dispostas na tela; entre outras incontáveis formas de ganhar dinheiro na plataforma.

Para alcançar a monetização, é necessário passar por um processo gamificado, que consiste em atingir metas de espectadores, horas e dias de transmissão. As conquistas aliviam a angústia do trabalho não-remunerado ao transformar em jogo o processo até a monetização, que recompensa de forma simbólica o progresso. Mesmo que o objetivo inicial não seja a monetização do conteúdo, *streamers* se engajam em semanas e até meses de trabalho não-remunerado na busca por atingir tais conquistas, movidos pela sensação de autorrealização provocada pelo alcance destas (Skardzius, 2020). Taylor (2018), através de entrevistas com produtores de conteúdo na Twitch, percebeu que mesmo antes de fazerem parte do programa de remuneração, *streamers* se sentiam impelidos a trabalhar com um cronograma estruturado, uma rotina de trabalho e um formato específico de *stream*, na esperança de que, desta forma, iriam atrair e manter a audiência, para alcançar a tão almejada monetização. Os desejos do produtor

de conteúdo são alinhados aos imperativos da gestão da plataforma através dos pontos, recompensas e gratificação pelas metas atingidas, 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).

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 atividade 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 nossa).

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 (Karhawi, 2020).

3. Considerações finais

A atividade de *live streaming* é, com frequência, não reconhecida enquanto trabalho, mesmo que gere capital cultural e financeiro. Ao acatarmos a ideia que esta é apenas uma forma de compartilhamento de lazer - não que não o possa ser também -, aceitamos a narrativa difundida pelas plataformas e ignoramos as importantes consequências sociais e individuais desta forma de trabalho precarizado (Alves, 2021). Apesar da atratividade da ideia de transformar uma atividade prazerosa e de lazer em fonte de renda, a menor parte dos *streamers* de fato conseguem se sustentar financeiramente pelo *streaming*, ou sequer receber alguma remuneração pela atividade que desempenham. Tal esforço se caracteriza enquanto trabalho aspiracional (Duffy, 2017), o qual é incentivado pelas plataformas de *streaming* (Skardzius, 2020). O sucesso ou fracasso na plataforma é demarcado enquanto dependente da boa gestão que o *streamer* faz de si, sendo ocultada nesta lógica a dominação do capital sobre o sujeito e o lucro da empresa como finalidade única (Gaulejac, 2007).

Por fim, consideramos necessário um aprofundamento nos estudos acerca do processo de monetização dos sujeitos nas plataformas de *live streaming* e dos impactos

subjetivos de tal atividade. Criar e compartilhar conteúdo já é uma forma de trabalho e pode ser uma forma importante de produção de cultura e de sentido para os sujeitos envolvidos, o que só será fortalecido pela garantia dos direitos dos *streamers* e através do reconhecimento de suas atividades.

REFERÊNCIAS

- ALVES, V. H. A. **A nova fase da precarização do trabalho**: o streamer como uma nova ocupação na era da informação. 129 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2021.
- DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.
- DUFFY, B. E. **(Not) getting paid to do what you love**: gender, social media and aspirational work. New Haven & London: Yale University Press, 2017.
- GAULEJAC, V. **Gestão como doença social**: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social. Tradução de Ivo Storniolo. São Paulo: Idéias & Letras, 2007.
- GAULEJAC, V.; HANIQUE, F. **Capitalismo paradoxante: um sistema adoecedor**. Hucitec: São Paulo, 2024.
- 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: 28 jun. 2024.
- KARHAWI, I. **De blogueira a influenciadora**: etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira. Porto Alegre: Sulina, 2020.
- MARQUES, R. 135 streamers brasileiros receberam US\$ 22 milhões da Twitch. **Globo Esporte**, 2021. Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/noticia/135-streamers-brasileiros-receberam-us-22-milhoes-da-twitch.ghtml>. Acesso em: 28 jun. 2024.
- PGB - PESQUISA GAME BRASIL. Disponível em: <https://www.pesquisagamebrasil.com.br/>. Acesso em: 28 jun. 2024.
- PRADO, M. Profissão streamer: a geração que ganha até US\$ 500 mil por mês fazendo lives. **CNN Brasil**, 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: 28 jun. 2024.

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.

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.

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: 28 jun. 2024.

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

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](https://doi.org/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.

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. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/08838151.2022.2086549>. Acesso em: 28 jun. 2024.