

UNILEÃO
CENTRO UNIVERSITÁRIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

PEDRO HENRIQUE DOS SANTOS BACELAR

NOVAS MORFOLOGIAS DO TRABALHO: Streamer Como Um Novo Trabalhador?

JUAZEIRO DO NORTE - CE
2022

PEDRO HENRIQUE DOS SANTOS BACELAR

NOVAS MORFOLOGIAS DO TRABALHO: Streamer Como Um Novo Trabalhador?

Trabalho de Conclusão de Curso – Artigo Científico, apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Psicologia do Centro Universitário Dr. Leão Sampaio, em cumprimento às exigências para a obtenção do grau de Bacharel em Psicologia.

Orientador: Prof. Me. Ítalo Emanuel Pinheiro de Lima

PEDRO HENRIQUE DOS SANTOS BACELAR

NOVAS MORFOLOGIAS DO TRABALHO: Streamer Como Um Novo Trabalhador?

Este exemplar corresponde à redação final aprovada do Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Psicologia do Centro Universitário Dr. Leão Sampaio, em cumprimento às exigências para a obtenção do grau de Bacharel em Psicologia.

Data da Apresentação: 29/06/2022

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Me. Ítalo Emanuel Pinheiro de Lima

Membro: Prof. Me. Larissa Vasconcelos Rodrigues/UNILEÃO

Membro: Prof. Esp. Silvia Moraes de Santana Ferreira/UNILEÃO

JUAZEIRO DO NORTE - CE
2022

NOVAS MORFOLOGIA DO TRABALHO: Streamer Como Um Novo Trabalhador?

Pedro Henrique Dos Santos Bacelar¹

Italo Emanuel Pinheiro de Lima²

RESUMO

O mundo do trabalho é onde a economia e valores sociais se encontram. A modernização e expansão do trabalho produz novas relações na vida laboral. Atualmente temos no mercado de serviços afetivos na internet um modo de trabalhar, onde ato de jogar videogames torna-se conteúdo criado para o consumo na internet e, como consequência, uma fonte de renda. Este artigo visa oferecer uma perspectiva desse serviço a partir de um levantamento bibliográfico dos streamers ou live-streamer da Twitch.tv, um dos principais serviços dedicados a esse fim. Com o objetivo de descrever profissional que busca renda econômica através de transmissões ao vivo na plataforma, o ambiente e fatores envolvidos nas suas práticas e vivencias laborais.

Palavras-chave: Performance. Consumo digital. Live-streamer. Gamer. Trabalho.

ABSTRACT

The world of work is where economics and social values meet. The modernization and expansion of work produces new relationships in working life. We currently have a way of working in the affective services market on the internet, where the act of playing video games becomes content created for consumption on the internet and, as a consequence, a source of income. This article aims to offer a perspective of this service from a bibliographic survey of streamers or live-streamers from Twitch.tv, one of the main services dedicated to this purpose. To describe the professional who seeks economic income through live broadcasts on the platform, the environment, and factors involved in their work practices. In order to describe a professional who seeks economic income through live broadcasts on the platform, the environment and factors involved in their work practices and experiences.

Keywords: Performance. Digital consumption. Live-streamer. Gamer. Work.

1 INTRODUÇÃO.

¹Discente do curso de psicologia da UNILEÃO. Email: pedrobacelarhk@gmail.com

²Docente do curso de psicologia da UNILEÃO. Email: italo@leaosampaio.edu.br

Por toda a história, o trabalho do homem capacitou a civilização ao transformar seu ambiente e a si mesmo com tecnologias e ferramentas na sociedade. Uma das mais recentes metamorfoses amparadas no uso de tecnologias da informação e da comunicação, que afetou o mercado e o ambiente de trabalho, foi a quarta revolução industrial onde uma nova dinâmica laboral surgiu visando substituir a produção em massa por uma produção sob medida para se ajustar aos novos consumidores (TOFFLER, 1980).

Esse padrão de produção ou venda sob medida pode ser encontrada em várias partes do nosso mercado de consumo atual. Um exemplo dessa produção sob medida é a novas plataformas midiáticas disponíveis na ‘internet’ como o YouTube, Tiktok, Booyah, Netflix e outros onde o consumidor não precisa mais esperar o horário nobre começar para assistir sua série cômica favorita ou aguardar os horários dos jornais para ter notícias sobre seu time de futebol.

Dentro dessa nova modalidade de produção de plataforma nasce a Twitch.tv. Que é uma plataforma que mescla construtos mediáticos como a televisão, rádios, talking show com as novas expansões possibilitada pelo mundo virtual criando formas de entretenimento dentro delas chamadas de *live-streams* (Transmissões ao vivo de jogos e outros) (TAYLOR, 2018).

No começo do ano 2010 a Twitch.tv, foi usada mundialmente pela a comunidade *gamer* do mundo inteiro, onde era possível ver *e-sports* (jogos profissionais de games), discussão sobre diversos tópicos e live-stream voltado para entretenimento. (TAYLOR, 2012).O trabalho de um streamer é produzir conteúdo para a comunidade gamer da qual ele faz parte como sendo ele um instrutor, um jogador profissional ou apenas produzir entretenimento.

Esse artigo tem como objetivo apresenta e descrever esse trabalho situado no mundo digital com o propósito de revelar o trabalhador em seu local de trabalho, o seu propósito, o seu impacto na comunidade, suas ferramentas, o sentido e proposito das suas atividades laborais. Para isto é necessário a explanação de conceitos que fazem parte do mundo do trabalho e do mundo digital. Deste modo, ajudar a psicologia a entender a subcultura *gamer* e a nova modalidade de serviços no mundo digital.

2 METODOLOGIA.

Pesquisa exploratória de caráter bibliográfico, com o objetivo de descrever para a psicologia o novo trabalhador da área de comunicação e entretenimento, para chegarmos a esse objetivo é necessário conhecer e compreender as dinâmicas do mundo do trabalho e as

características do digital que o streamer está inserido. O artigo de caráter narrativo sobre o mundo do trabalho na era da informática, analisou artigos científicos e livros com a temática voltada para o mundo do trabalho, era digital e as culturas tecnológicas.

Usando como base de dados o Google Acadêmico, Pepsic e aquisições de livros físicos e digital.

Foi usado termos durante a pesquisa na base de dados como: live-stream, performance-play, streaming de jogos, serviço afetivos, streamer e capital lúdico. Fazendo uma revisão de literatura sobre esses termos, durante a data 05 de maio a data 20 de julho de 2022.

3. UMA BREVE INTRODUÇÃO SOBRE A RELAÇÃO DA INFORMÁTICA COM O MERCADO DE TRABALHO.

Toffler um pos-futurista do século passado expõe que o sistema de trabalho muda conforme as mudanças tecnológicas da nossa sociedade. A última mudança que ele observou foi causada pelo computador, microchips e a informática, em geral, influenciando o mercado de trabalho (1980).

Ele aponta que, a indústria de produção em massa perdia espaço no mercado para uma produção personalizada ou feita sob medida. Uma nova produção que acontece devido à introdução dos microchips e computadores, produzindo experiências na sociedade contemporânea, novos produtores e consumidores chamados possuidores. (TOFFLER,1980).

Muitos acreditavam que esse avanço afetaria positivamente a sociedade mundial. Os *TICS* (tecnologia da informação e computação) desde o começo dos anos 70 apareceram lado a lado de discursos positivistas de políticos de filósofos, sociólogos e outros. (ANTUNES, 2018). Como no discurso de TOFFLER (1980) ao afirmar que o novo meio de produção diminui a distância entre consumidor e produto também flexibilizaria o trabalho, gerando qualidade no mercado econômico.

Termos como “sociedade da informação” ou “era da informação” já era utilizada por políticos os cientistas sobre novos âmbitos de trabalho que existiam desde da década de 70. Esse termo era usado para apontar o mundo digital como um caminho próspero para um futuro embelezado. (ANTUNES, 2009).

A Microsoft que em seu lema era “onde você vai querer ir hoje?”, representa essa expectativa no mundo digital. (HAN, 2018). Onde o mundo digital produziu uma forma instantânea de comunicação ilimitada para “todos”, também modificou o mundo interno do mercado do trabalho, trazendo mudanças na subjetividade do trabalhador e suas patologias. (HAN, 2017).

A era da informática estava trazendo novas soluções para sociedade, mas concebendo problemáticas dentro da vida do trabalhador. Han (2017), afirma que, o novo trabalhador é atingido por patologias diferentes da geração de trabalhador passadas, pós-era digital. O surgimento desse novo proletário na era da informação tem uma expansão gigantesca no mercado mundial (ANTUNES, 2018).

De um lado as criações surgindo: a internet, computadores domésticos, nova fabricações e produtos de áudios-visuais, software designados para várias áreas da sociedade, do outro lado, o trabalho com precarização salarial, a falta de padronização de horários e atividades no ofício a mudança do 'locus' de trabalho e instabilidade financeira de classes trabalhadoras (ANTUNES, 2018. HUWLS, 2009. CASTILLO, 2009).

3.1 AS MUDANÇAS NA VIDA DO TRABALHADOR.

As novas morfologias no trabalho, da contemporaneidade criaram, ampliaram e reformularam empregos, funções e atividades no trabalho, houve um processo completo de reconstrução de produção. O próprio senso de identificação do trabalhado e seu valor foi modificado (CASTILI, 2009).

Com a ampliação do mercado de trabalho, o trabalho precarizado aumentou. A classe de trabalhadores em geral passou a ser fragmentar entre trabalhadores multifuncionais assalariados, não assalariados, temporários e etc. O que torna complexa observar essa classe devido a esse impacto dos *TICS* (ANTUNES,2015).

Outro impacto das *TICS*, foram as modificações nas formas laborais dos trabalhos. Um exemplo são as mudanças do ambiente do trabalho, HAN (2018) mostra a despadronização dos escritórios, pois com o novo gerenciamento do trabalho muitas ferramentas tornaram-se obsoletas. O espaço e tempo tinha se modificado nessa revolução.

Braga (2009) traz algumas dessas novas organizações encontradas nos escritórios: Home-office, que passou a ser utilizado pelas empresas. A formação de novos funcionários imergindo nas empresas com propósito de trabalhar diretamente nas áreas de T.I. A variação de classes e etnia nesse novo escritório.

As mudanças morfológicas no mundo do trabalho das últimas décadas, criaram e reformularam empregos, funções e atividades no trabalho. Houve um processo completo de reconstrução de produção no mercado de trabalho. O próprio senso de identificação do trabalhado e seu valor foi modificado (CASTILLO, 2009).

Huwls (2009) fala da dificuldade de utilizar uma nomenclatura para os novos proletariados que surgiram de forma precarizada nessa modalidade de trabalho, pois era possível encontrar diferentes trabalhos dentro de mesma classe. A classe trabalhadora no processo de produção e utilizando os TICs, se distinguia dele mesmos. Eles não pertenciam a mesma classe social, os contratos e funções variavam assim com seus honorários.

Uma das áreas de trabalho que exemplifica a dificuldade da identificação eram os trabalhadores da área de T.I (tecnologia de informação). Quando trabalhava nos escritórios com os trabalhadores de “colarinho branco”, mas não tinha o mesmo status e salário (HUWS,2009). Esse processo de identificação do trabalhador é renovado ou criado a partir da sua socialização das novas regras e políticas, a sua colaboração e coordenação no seu coletivo e a formação de qualificação de trabalho (CASTILLO, 2009).

Os teleoperadores passaram a ocupar um espaço na história do trabalho digital. Aqui no Brasil apresentavam queixas de que o mercado era muito complexo e difícil de se estabilizar financeiramente. O processo de trabalho era cansativo e já estavam tendo problemas com as atividades laborais. Problemas com a repetição diária do script, gestão que “não lhe escutavam, quando pediam acomodações ou indicavam mudanças” (ANTUNES, 2009).

Essas queixas mostram que o trabalho digital não retirou dificuldades, como assalariassão, trabalho excessivo e instabilidade financeira das costas do trabalhador, apenas mascarou mito de empresário de si mesmo, novos contratos trabalhistas (ANTUNES, 2018).

Esse mito de empresário de si mesmo, as novas formas de gerenciamento, rotinas de trabalho. Em suma as práticas, técnicas, processos e dispositivos é uma organização do poder neoliberal no universo trabalhista. (GAULEJAC, 2007). O exercício desse poder implica diretamente no trabalhador (ANTUNES,2018. GAULEC,2007. FRANCO et all, 2010. HAN,2018).

A mudança morfológica do mundo do trabalho tem como característica o mercado neoliberal exigindo dos trabalhadores uma capacidade de trabalho mais complexa e com capacidade de utilizar ferramentas tecnológicas (ANTUNES,2015). É as novas formas de gerenciamento que pretende suprir essa demanda neoliberal (GAULEC,2007).

O Streamer emerge dessa mudança, criada pelas as expansões técnicas científicas. (TAYLOR, 2018). Onde o capital é invisível e necessita de ideologias e meios de gerenciamento que operem na dinâmica entre o trabalhador e o poder do capital. (GAULEC,200. HAN,2018).

4. O STREAMER; A TECNOLOGIA NA INDUSTRIA DA COMUNICAÇÃO.

É importante compreender termos que estão fora do vocabulário da psicologia que transitam entre os novos meios de comunicação e suas comunidades para enxergar melhor a atividade de um streamer. Esses termos serão explicados ao longo do texto para uma observação ampliada do mercado de trabalho e suas novas dinâmicas. Isto é um passo importante para configurar esse ambiente onde o *liver-streamer* ou *streamer* (pessoa que faz transmissão ao vivo) habita e trabalha.

Enquanto o novo mercado de trabalho condiciona profissionais a trabalhar dentro das suas estruturas, eles adquirem crenças e expectativas sobre atuação no mundo. (HUWS,2009) A ideia de “Hoje acreditamos que não somos “submissos”, mas sim projetos livres” (HAN,2018, pag. 9) é fruto desse condicionamento.

Os “projetos livres” para ter um valor no mercado de trabalho e na sociedade, se sujeita as condições do mundo laboral com o objetivo de ter um bom desempenho. Ele se auto explora, amarra “livremente” as demandas do trabalho ao seu corpo. Entrando dentro desse campo como “empresário de si mesmo”, algo que não acontecia nas sociedades passadas (HAN,2015).

Algo que permanece no mercado do trabalho é a valorização do desempenho, competitividade e flexibilidade nas práticas laborais. (FRANCO e al., 2010). O desenvolvimento dessas estruturas e valores organizacionais para o trabalho, avaliação de desempenho individual e creditações de qualidade, está intimamente relacionado à promoção do individualismo e flexibilização laboral (RODO, 2018).

A flexibilidade tornou-se um verdadeiro imperativo ideológico que afeta as estruturas e práticas organizacionais, e ativa vigorosamente a dissolução de princípios éticos fundamentais, tanto para indivíduos quanto para instituições, porque a diretriz imperiosa é que tudo seja flexível, até o caráter e a essência do núcleo. (FRANCO et al., 2010).

Então o streamer de jogos não é como uma mistura de programas aos vivos de tv com jogos eletrônicos (TAYLOR, 2018).Ele possui um serviço imerso dessa nova interação, tanto a sua atividade quanto a comunidade que consome, onde o desempenho e competitividade é valorizado pelos consumidores (NORAGATOMO, 2019). Esse profissional está inserido nessas dimensões da comunicação e ideologias (DIJCK, 2013).

A atividade dele é regulado por esses três fatores. O primeiro fator é a twitch.tv que o colocar dentro da sua plataforma e disponibiliza a sua atividade ser observada no mundo virtual, e produz o capital para si mesmo e o streamer. A responsável por criar vigia o ambiente de comunicação utilizado pelo o streamer (PAZ, 2018).

A comunidade é o segundo fator, com suas características sociais, preferências e demandas (CONDIZ, 2018). O consumo voltado para a plataforma twitch é majoritariamente pelo os jogadores de vídeos games que entra buscando diversão e novas formas de jogar jogos, sendo eles *online* (com outras pessoas) ou *offline* (somente um jogador).

O terceiro fator é o próprio profissional que gerencia sua performance buscando espaço e visibilidade na comunidade. (NOARO, 2018). É ele o criador de conteúdos nessa plataforma e o seu desempenho e limitações, são atributos da sua identidade que é exposta como um produto a ser vendido. (SANTOS, 2019).

O termo que engloba todos os participantes dessa comunidade é o termo *gamer* (que significa jogador). “O gamer é a pessoas que acredita que os videogames fazem parte da sua história de vida. (tradução livre)” (CONDIS, 2018, pag. 24). Muitos profissionais que acompanham a comunidade e seus públicos tem uma relação profunda com os jogos e se identifica como gamers. (TAYLOR, 2018).

A atividade do streamer ocorre no *ciberespaço*. O espaço digital que atualmente está servindo de palco para as interações sociais e econômicas da contemporaneidade. (NOARO; SANTOS, 2018). O Ciberespaço, é um novo palco onde o computador é empregado como agente de mediação para transmitir o que já existe ou para originar processos e fenômenos de artísticos ou entretenimento. Onde o corpo físico não é necessário, mas ainda pode ser utilizado com instrumento artístico ou comunicação. (DIXON, 1999).

A comunidade *gamer* (jogadores) é um bom exemplo para entender o ciberespaço. Eles passaram a utilizar esse ciberespaço de várias maneiras possíveis, trazendo práticas como transições e vídeos onde o corpo aparece ou utiliza de *chats* (caixa de diálogos) e dos próprios jogos onde o corpo já não aparece como instrumento de comunicação desse mundo, mas ela ainda continua existindo. (LAMERICHES, 2015).

No Ciberespaço o aspecto econômico foi modificado. Um termo que surgiu por essa transformação novo no mundo do trabalho é o *P2P* (pessoa para pessoa). Uma característica da economia digital que TAYLOR (2018) identifica como *P2P* as transferências econômicas e pagamentos de serviços flexíveis, rápidas e com poucas intermediações de terceiros. Notado nas formas de atividades econômica como uma das fontes promissoras de gerar capital.

Esses aspetos são contemporâneos e fazem parte da produção ideológica mencionada por DIJCK (2013) como: a cultura da conectividade a qual penetrou profundamente na sociedade contemporânea, baseada no avanço tecnológico, concretizada em ideias neoliberais, e dissolve as fronteiras entre privado, público e corporativo.

Considera-se sob essa ideia, que os ambientes digitais fomentam canais de comunicação por meio dos quais os usuários podem se conectar, considerando graus variados de envolvimento, bem como valores e poderes. Faz pouca diferença se o público é pequeno ou grande a conexão ainda pode se estabelecer. (DIJCK, 2013).

A quebra de barreiras entre o profissional e seus consumidores é uma característica do live-streamer. A sua atividade se distancia das formas analógicas de transmissão devido à submersão dessa atividade no meio econômico digital (TAYLOR, 2018).

A cultura da conectividade vincula a conexão instantânea de pessoas de forma social do ciberespaço com o poder econômico (DIJCK, 2013). Onde os profissionais são expostos aos valores neoliberais de competitividade e individualidade (FRANCO et al, 2010) e tende a reproduzir dentro do seu trabalho com o objetivo de ter aquisição financeira (WOHN e al., 2019).

4.1 TWICHT.TV O ESPAÇO DA SOCIABILIZAÇÃO É O ESPAÇO DO CONSUMO.

Atualmente o trabalho do streamer de jogos, casual ou esportivo, chama atenção, pois, ele causa impacto nessa subcultura com o marketing, influencia social e impacta no uso que a comunidade vai ter sobre jogos.(WOODCOCK e al., 2019). Porque sua influência pode mudar as formas de jogar o jogo (TAYLOR, 2018).

A Twitch.tv, sendo uma plataforma dos live-streamer, nasceu durante a expansão desse mercado de jogos e tecnologia digital, onde graças a essa expansão houve um barateamento de serviços e empresas vinculadas a internet, que possibilitou mais usuários de jogos com acesso à internet (NOARO; SANTOS, 2018).

A história da Twitch.tv mostra um processo morfológico dentro dela mesmo, onde a plataforma surgiu como justin.tv com uma demanda de uma pequena comunidade de gamers e amigos estadunidenses lançada como Twitch em 2010 com o slogan "Vídeo Social para Jogadores" procurando conexão e broadcasting (vídeos aos vivos) mundial (PAZ, 2018). Hoje em dia ela abrangem outras comunidades, mas os jogadores ou gamers é a principal comunidade. (NOARO; SANTOS, 2018; PAZ; MONTARDO, 2018; SOUSA, 2019; TAYLOR, 2020).

A função fundamental, que produz economia para o streamer, da Twitch é permitir que os usuários transmitam ao vivo suas atividades de jogo, que podem ser adaptadas ao streaming. Então ela funciona como um espaço cibernético para os gamers. Aqueles que transmitem as sessões de jogo são chamados no Brasil de streamers ou broadcasters, enquanto aqueles que assistem às sessões são chamados espectadores ou audiência. (PAZ, 2018).

A plataforma é quem viabiliza a conexão entre o broadcaster e seus espectadores. Ela é quem estrutura, desenvolve e mantém com o propósito de codificar a sociabilidade para gerar receitas e novos negócios. Ela é um exemplo de que capacidade de se conectar virtualmente, cria valor econômico na contemporaneidade. Gerando capital econômico para ela mesmo. (DIJCK, 2013).

...Twitch enquanto uma plataforma que projeta um formato de socialização online, tem como recurso a conectividade dos seus usuários, que geram dados e informações sobre comportamento e preferências pessoais. O Twitch monetiza esses dados ao repassá-los para terceiros, que investem na plataforma ofertando seus produtos e serviços através de anúncios publicitários. Apesar dessa lógica ser semelhante ao Facebook, Twitter e Google, por exemplo, o Twitch guarda algumas peculiaridades que o distingue de outras plataformas do ecossistema de mídias de conectividade. (PAZ, 2020, p.38-39).

A transmissão ao vivo de jogos é uma ilustração das maneiras pelas quais várias direções sociais impactam e enfatizam as relações da comunidade. Inspira projetos no mercado de jogos e modalidades de criação midiáticas, mas também se encaixa em sociedades mais extensas de jogos e espectadores. (TAYLOR, 2018).

O impacto social onde a comunidade recebe essa nova forma midiática passa a fazer parte do seu subjetivo, enquanto grupo ou individualmente. A criação é adicionada na parte imaterial da comunidade, isto é, as relações sociais apresentam influência desse impacto. (LAZARO; NEGRI, 2022).

Os streamers do Twitch também funcionam como influenciadores de mídia social, esse termo quer dizer que eles têm valor em potencial no mundo dos jogos, para empresas envolvidas em comunicação estratégica e em marketing digital. Isto prova a influência da plataforma Twitch.tv e deve ser visto como um fenômeno multifacetado e matizado que evoluiu com a plataforma. (WOODROCK e JONHSON, 2019).

O consumo não pode ser generalizado apenas no desejo de obter mercadorias. Dependendo do ambiente cultural e de outros critérios, as pessoas utilizam do consumo para reafirmarem suas identidades. A twitch guarda seus vídeos, mas não utiliza como outras plataformas. Ela armazena temporariamente esses vídeos, diferente do YouTube, o que está para ser consumido na plataforma, são as lives (PAZ, 2020).

Os participantes, streamer e espectadores, estão criando formas de entretenimento e atividades econômica que incorporam jogos, humor, comentários e interação em tempo real com seguidores e espectadores em toda a plataforma. Streamers de variedades, como emissoras de e-sports (esportes-eletrônicos), estão tentando monetizar seu passatempo através de

publicidade, patrocínios, contribuições e outros motivos (TAYLOR, 2018). O que coloca o streamer como criadores não só de mídias, mas de um produto imaterial.

A sua reprodução e propagação é subjetivada pelo o grupo e que o “saber” dentro desse produto se destina a cultura coordenada pelos os outros sujeitos da comunidade. O espaço de produção é delimitado, mas o de reprodução percorre além do seu espaço de produção. (LAZARO; NEGRI, 2022).

Os profissionais utilizam de ferramentas das plataformas na internet como a Twitch e as ferramentas do próprio site para se comunicar com o mundo. Ao fazer isto o seu ambiente de trabalho se torna uma plataforma de comunicação social, onde é produzidas experiências sociais dos espectadores ao redor da figura do streamer. (SEULA, 2018).

O que se originou como uma plataforma de jogos digitais, transformou ao incluir pessoas que desejam estender os recursos de produtos criativos para outras pessoas. Algumas dessas transmissões são vistas apenas por um pequeno grupo de amigos e familiares, enquanto outras atraem centenas de milhares, senão milhões, de pessoas ao longo de um evento de fim de semana. (TAYLOR, 2018).

A utilização do termo live ou ao vivo no meio digital significa uma transmissão instantânea e sem atrasos perceptíveis onde não há uma manipulação ou edição previa do conteúdo. (LUPINACCI, 2021). O streamer está lá em tempo real e a interação ocorre sem nenhuma mediação onde sua performance ao vivo é o seu trabalho e produto. (DALLEGRAVE, 2019).

O Broadcasting ou Streaming é uma categoria de transmissão emergente de telecomunicação organizadas. A diversão normalmente se dirige à criação de mídia não-convencional. Ela é a junção dos jogos e a produção homemade (feito em casa) feita com webcam e um simples microfone (TAYLOR, 2018).

O que Lupinacci (2021) visualiza como uma característica geral de live-stream é a ambientação homemade. Ela é como uma transmissão de TV, mas, ao mesmo tempo, é carregada de ferramentas da mídia online, que produz um efeito doyouself. Uma mistura para deixar a mídia ‘online’, um item para a criação social da comunidade. (TAYLOR, 2018).

Nesse sentido, uma live contemporânea pode ser concebida como mais do que um conteúdo audiovisual ao vivo – também um conjunto de práticas, é um conjunto em torno de tais materiais. (LUPINACCI, 2021). A interação é um fator importante para os espectadores de transmissão ao vivo. Pode variar de como os streamers interagem com o bate-papo e se estão lendo e respondendo ao vivo. (WOHN et al., 2019).

O que traz esses consumidores e produtores, como sujeitos sociais construindo dentro das práticas capitalistas, a subjetividade, reivindicando um papel social. (LAZARO; NEGRI, 2022). A twitch.tv faz uma oferta de um produto sob medida, para a comunidade gamer, baseando-se nas práticas econômicas atuais e a comunidade ativamente reproduz o produto para criar seu senso de identidade e subjetividade (NASCIMENTO,2021).

5. STREAMER: OS SERVIÇOS AFETIVOS NO CONSUMO DIGITAL.

O uso da categoria trabalho será aqui adotado a partir do que se coloca na perspectiva da psicologia social do trabalho como: o indivíduo produzindo uma ação que modifica tanto ele quanto o objeto dessa ação, criando um significado para produção e um novo sentido para o indivíduo. (CODD,1997). O streamer, para Dellagrave (2020), no seu trabalho de se filmar jogando jogos produz novos sentidos para o jogo e a comunidade que o assiste.

Durante a década de 1970 os jogos eletrônicos e programas, as mídias importantes para o streamer, entravam no mercado econômico, onde trabalhadores como desenvolvedores foram criados (ANTUNES,2008) a economia do mundo dos jogos era centralizada na criação e distribuição de jogos (PEUTER, YOUNG,2019).

Na década de 90 a atualidade a subcultura voltada para jogos eletrônicos (*games*) expandiu gerando novos profissionais envolvendo o mercado gamer, moldando dinâmicas que diminui a barreira entre criadores e consumidores gamers. (CONDIS,2018). Os streamers e outros trabalhadores não criam os jogos (WOODROCK e JONHSON,2019), eles produzem entretenimento para a comunidade (SOUSA, 2019).

Os *broadcasters* utilizam a linguagem em seu trabalho como ferramenta de uma forma oposta dos desenvolvedores, que instrumentaliza a linguagem para criar programas por meio de códigos da qual a linguagem é direcionada para o meio mecânico (ANTUNES,2018). Eles oferecem um serviço para usar a linguagem como um instrumento para transmitir afeto. (PAZ,2018; NOTARGIACOMO, 2019; DELLAGRAVE,2019).

O streamer por sua vez está buscando se relacionar com os seus espectadores, mas também com os objetos: o jogo, controles e etc. Ao fazer isso na sua performance ele realiza multitarefas para alcançar seus objetivos. (PAZ, 2019). Entre esses objetivos principal é o entretenimento e quem participa da sua live. (NOARO; SANTOS, 2018).

Essas duas classes de trabalhadores, desenvolvedores e streamers, se encontram no mesmo mercado econômico dos jogos . Um é o que cria o jogos para a comunidade que é a

parte central do mercado do jogos. O outro que ao interagir com os jogos ao vivo cria modos de jogar o jogo, na mesma comunidade com condições diferentes (PEUTER, YOUNG, 2019).

O Streamer trabalha no campo do entretenimento digital utilizando de sua performance (NOARO, 2018). A performance, brevemente, é o jogador conscientemente utilizando aquele momento não só para jogar o jogo, é produzir a reação do espectador por meio da *gameplay* (modo de jogar) e pela linguagem afim de produzir afeto (PAZ, 2019).

O trabalho que requer interação humana, seja virtual ou real, é comum nas indústrias de saúde e entretenimento, é chamado de trabalho afetivo, que é o trabalho do streamer. (MOITA, 2013). Eles são pagos pelo grau de conexão e manutenção desse laço afetivo com seus consumidores (WOHN et al, 2019).

Esse segmento crescente da cultura de jogos também faz parte de uma mudança maior na mídia em geral. Esse nascimento de um novo tipo de transmissão em rede, ligada às ambições de transformar prazeres privados em entretenimento público (TAYLOR, 2018). O prazer não estar só no entretenimento, também está em se vincular à identidade (NOTARGIACOMO, 2019).

A transmissão em live já traz um caráter de intimidade, pois o seu contato com o consumidor não está maquiado com edições e cortes. O aspecto da sua ambientação, retirando os cenários luxuosos por uma sala de escritório ou um quarto faz com que apareça mais próxima do mundo real dos seus consumidores (LUPINACCI, 2021).

A intimidade produzida pelo profissional para seus espectadores é levada para outras redes sociais, como extensão da prática de consumo (PAZ, 2018. WOHN et al, 2019). Ele, o streamer, tem como objetivo receber respostas no chat, ter milhares de pessoas visualizando e compartilhando com outras a transmissão, essas são duas das possíveis gratificações esperadas por alguém no Twitch. (PAZ, 2018)

Dellagrave (2020) nota que o trabalho do streamer é um trabalho que gera renda financeira enquanto brinca/joga com seus espectadores ou só, ele gera um capital lúdico. Esse trabalho possui um status muito baixo, pois a nossa sociedade não vê o streamer como trabalhador. Assim como notou, Huwls (2009), com os trabalhadores de informática na sua ascensão onde a sociedade não reconhecia o valor do seu trabalho.

O termo trabalho muitas vezes se confunde com emprego (CODO, 1997). A identidade do trabalhador precarizado na era digital também gera muita confusão. (HUWLS, 2009). Antunes (2009) abordou essa confusão durante a expansão dos desenvolvedores e Dellagrave (2020) traz que o streamer tem uma identidade de status único no meio digital.

Como dito anteriormente, as mudanças na realidade do trabalho onde os valores do trabalhador, leis trabalhistas, status servem para mascarar a relação essencial trabalho/capital. Dentro dessa relação a identificação dos coletivos do trabalhador forja sua conexão real com o capital (FRANCON, 2013). Eles se identificam pelo seu público ou ausência de um (DELLAGREVE, 2019).

Ele é visto como um criador de conteúdo na comunidade, porém na sua forma de monetização dentro da plataforma ele é um parceiro, e pode receber por parcerias, propagandas e quantidades de views. O Capital lúdico (o que ele pode ganhar enquanto joga) e o capital social (a geração de renda que acontece por ser influência social) ambos exigem do desempenho individual do profissional para que haja lucro (DELLAGRAVE, 2020).

A forma de remuneração se baseia no seu desempenho para ganhar views. Esse trabalhador é colocado como “empresário de si mesmo”, ele foca no seu desempenho e seu sucesso e fracasso é visto como mérito ou incompetência para os outros trabalhadores e sociedade (GAULEJAC, 2007).

A identidade do trabalho se constrói na relação com terceiros, em uma busca de semelhanças e diferenças (CODO, 1997). E o Streamer está no mundo do trabalho para se relacionar diretamente sem mediação com os espectadores. (WOODROCK e JONHSON, 2019). O seu desempenho está em vincular sua identidade na identidade consumida. (PAZ, 2018)

A sua identidade, e por vez seu valor econômico, é ligada à comunidade em que ele vive e se comunica e se motiva (NOGIACOMO, 2019). Ao transformar a sua streaming em uma área social para os gamers ele entra em uma simbiose entre streamers e audiência, sendo que o primeiro tem a função de entreter, enquanto o segundo tem a função de identificar com seu profissional. (PAZ, 2020).

Cada streamer adota dinâmicas próprias para seus canais, na tentativa de entreter e manter a audiência interessada. Cada escolha, desde o jogo a ser transmitido até formas de interação com a audiência, refletem no tipo de audiência que o canal vai atrair (PAZ, 2018). O P2P ajuda nesse processo de identificação e apoio ao streamer (TAYLOR, 2018). A intensidade da relação pode ser visualizada com os pagamentos ao criador. (WOODROCK e JONHSON, 2019).

Com a efetuação do pagamento sem mediação e atraso feito para o streamer, intensifica-se a dinâmica de afeto e intimidade na twitch.tv. As assinaturas do Twitch são uma forma de mostrar apreço pelo quanto esse streamer significa para a vida deles. Quanto mais profundo o

relacionamento que um espectador tem com seu streamer, mais emocionalmente investido ele está.(WOHN et all, 2019).

Os pagamentos de assinatura dá a impressão de que o streamer tem mais liberdade para continuar produzindo material. A ajuda financeira é vista como um meio para o streamer dedicar mais tempo à transmissão e priorizar o Twitch acima de outras tarefas necessárias para produzir dinheiro. Isso dá ao participante a impressão de que contribuiu para a capacidade do streamer de continuar transmitindo (WOHN et all, 2019).

A ideia geral por traz desse consumo é manter o mercado game, e suas ramificações, existindo para que a comunidade continuar a produzir e consumir (STEWART, 2014). O consumidor assegura o vínculo valor econômico/social, no consumo digital, quando ele passa a ter o senso de pertencimento e relações afetivas no mundo digital (WOHN et all, 2019).

6. PERFORMANCE-PLAY: O SABER-FAZER DE UM STREAMER:

A performance ou performance-play é um termo utilizado em vários artigos de comunicação social, sociologia, jornalismo e outros, para sinalizar o “fazer” do streamer. Dito anteriormente que o seu trabalho envolve afeto e identidade, é com esse fazer que ele utiliza do afeto e aspetos da nossa comunicação para migrar de um jogado comum a um trabalhador na área do entretenimento (PAZ, 2018).

A performance do broadcaster em sua live mostrando sua *gameplay* (o seu estilo de jogar) na twitch, se propõem a mostra uma capacidade individual pôr meio do lúdico produzir uma atividade econômica. O trabalho dele nem sempre é uma produção econômica, apenas tem a potência de se torna uma (DELLAGRAVE, 2020).

O profissional é remunerado pela a sua performance ao vivo (WHON, 2019). A performance que vai além de jogar é um transporte para um movimento coletivo (SOUZA,2019). Envolve uma prática de consumo digital que geram transformações culturais, linguísticas e econômicas na comunidade dos gamers, da sua plataforma de stream para o mundo cibernético (SOUSA, 2019. TAYLOR, 2018. NOTARGIACOMO, 2019).

Esse trabalho que está no espaço de uma comunidade que procura nos jogos virtuais: desafios, competição e entretenimento (CONDIS, 2018). “Os jogadores de jogos de computador pareciam atraídos não apenas pela interação com a máquina, mas pelo espaço competitivo entre si, que o computador poderia facilitar. (tradução livre)” (Taylor, 2012, p. 3). Esse espaço de competição é onde as produções sociais acontecem e se espalham na comunidade. (CONDIS, 2018)

O homem *vs* máquina não é o único desafio dos jogos/esportes eletrônicos. A competição e cooperação entre seres humanos e um dos prazeres da comunidade gamer (TAYLOR, 2016). É isso que molda o trabalho do streamer enquanto um trabalhador que produz prazer para o público, e ele está inserido sua performance dentro desse espaço que é necessário um outro humano para ser inimigo para competir, instrutor ou amigo para cooperação (SOUZA, 2019).

Na performance do live-streamer entra a produção de um novo saber sobre como jogar o jogo sendo feito pela junção de outros participantes, seus espetadores ou seguidores. Os seguidores também fazem parte do saber produzido, concedendo uma produção de conteúdo compartilhadas (SOUZA, 2019).

Isto significa que o seu fazer (performance) e saber (gameplay) faz parte da simbiose entre o profissional e consumidor (PAZ, 2020). Mesmo sabendo que o profissional estar sujeito a limitação e desempenho ao jogar a comunicação com os espetadores podem oferecer estratégias para superar suas limitações na performance (SOUZA, 2019).

Sabendo dessa mesclagem do streamer e espetador, o estilo da performance de cada trabalhador é codependente do humor da sua plateia. Até o horário e tempo da performance pode mudar conforme a plateia (NOTARGIACOMO, 2019). Então podemos colocar os espectadores dentro dos desafios reais para os live-streamers,

Oliveira (2017) coloca os desafios ou circunstâncias reais como um confronto direto entre o trabalho prescrito e o que é feito pelo trabalhador, ao colocar seus limites e corpos nesse confronto. Os imprevistos no trabalho geram o improviso do trabalhador que cria uma marca única para a suas ações, chamada estilo.

Seula (2018) descreve mudanças nas formas de jogar o mesmo jogo estando em live-stream ou jogando só. Dentro do seu ambiente de trabalho o sujeito atualiza e modifica seu comportamento (OLIVEIRA, 2017), passa a falar mais e se mexer durante a live ou procura o feedback no chat dos espetadores. Isto é o streamer de mente e corpo no seu ambiente real de trabalho (SEULA, 2018).

O trabalho dos jogadores envolve o compartilhamento de experiências, as emoções e sensações que cause prazer a comunidade. (PAZ, 2019. AMARAL, 2020). “As emoções são performativas no sentido que invoca certas ações” (HAN,2018, pag. 68). A performance em live é o meio de executar suas tarefas ao vivo, é o que produz um sentido único para essa atividade (PAZ, 2018).

Essas mudanças fazem parte, pois “A existência, ou mesmo o desejo de uma audiência, evoca, direta e indiretamente, condições anormais de atenção, alterando o gameplay”

(MONTARDO et. al, 2016). Não só na atenção mais no comportamento. A performance estilizada é feita em pratica no ao vivo (SEULA, 2018).

Dellagrave (2020) afirma, que o streamer pode produzir jogando (capital lúdico) e a produzir enquanto influencer digital (capital social), é interessante notar que a comunicação estilizada feita durante a performance utilizada pós e pre-live. O conjunto de saberes e termos, gírias, bordões é utilizado pelos seus espectadores e criador fora da live-stream (SEULA,2018. NOTARGIACOMO, 2019. SOUZA, 2019).

Boa parte dos streamers brasileiros conhecidos usam outra plataforma ou rede social para anunciar suas lives, como twitter, discord e instagram. A flexibilização do modo de divulgação não impede essa padronização nos streamers da twitch que são influencers (tem um número alto de seguidores em redes sociais) (SILVEIRA,2019. NOTARGIACOMO, 2019). Procurar se comunica com a comunidade ou seu público fora da plataforma twitch é algo habitual para toda a categoria de live-streamer. Os streamers tende a adquirir dentro desses gêneros formas únicas de se comunicar com seu público (NOTARGIACOMO,2019. TAYLOR,2018. SEULA,2018).

O *streamer* Flávio “Jukes” Fernandes utiliza dentro e fora das suas lives termos como “bebam água e comam frutas” para finalizar seus argumentos e anúncios para a comunidade (NOTARGIACOMO,2019). Felipe Gonçalves “Brtt” da Rocha outro *streamer* é visto pela comunidade como um “pai”, pois foi uns dos primeiros a ganha títulos no E-sports internacionalmente, passa a utilizar de termos que se refere a esse título (“respeita o pai” e “bem-vindo a família”) (SEULA,2018).

Esses exemplos demostram que uma comunicação estilizada dentro e fora da sua performance em live stream. Como dito por Seula (2018) eles são influencers e expandem à sua maneira ou seu trabalho para as outras redes sociais. O que funciona com uma extensão do seu trabalho/performance.

Entretanto, a performance de todos os streamers das plataformas está delimitada. Por que o streamer ao iniciar uma live-stream ele tem uma posição dentro de uma comunidade gamer, a própria plataforma legitima essa posição com seus ‘slogans’ como “nós somos uma comunidade” e a busca que os streamers sigam regras para evitar um discurso violento. (SOUSA,2019).

O jogador que dentro de uma plataforma participa de uma comunidade que procura reforçar o sentimento de massa ou coletividade. (DALLEGRAVE, 2019). Essa posição e as regras da plataforma a moldam o gênero da performance do streamer (SOUSA, 2019).

Uma filtragem social feita coletivamente pelo o acúmulo de saberes, que nesse caso são feitos pela comunidade, o profissional e a plataforma, onde o ofício de um trabalhador pode ser reconhecido na comunidade os instrumentos e cultura de um trabalho é perceptível pelo trabalhador (OLIVEIRA, 2017).

Quando PAZ (2019) descreve a performance play como algo que molda a identidade do sujeito, é possível entender que aquilo que está sendo exposto como mercadoria e uma parte do sujeito. DELLAGRAVE et al (2020), mostra a influência desse trabalho na comunidade, pois jovens já almejam ser streamer.

O trabalho que produz sentido para o trabalhador, também produz para a sociedade (CODO, 1997). O sentido e valor do conteúdo produzido pelos streamers depende do engajamento da comunidade. Ele se expõe, faz a sua performance e espera a validação da sua performance pelo o seu público. Um trabalho no qual ele pode ter angústias e prazeres. (OLIVEIRA, 2021)

Para entender esse sentido, valores e angústias precisamos mergulhar na comunidade que dá o espaço para o streamer fazer sua performance e produz codependente dele novas relações sociais. A comunidade gamer, que é gerada pelo o mercado de jogos eletrônicos, possui uma variedade de indivíduos com gêneros, nacionalidade e raças diferente, mas existe uma predominância masculina e branca dentro da comunidade. (STEWART, 2014).

A subcultura gamer é preenchida por valores masculinos e seu consumo, historicamente, foi voltada para esses valores (CONDIS,2018). Portanto é importante observa a comunidade gamer e seus valores, pois ela faz demanda dentro do mercado gamer e nas plataformas de live-streaming.

6.1 A PERFORMANCE DO MASCULINO NA CULTURA GAMER.

O *geek*, o *nerd* ou o *gamer* é constatado na sociedade como um homem frágil, que não pratica atividades físicas, não tem habilidade social, não tem vida sexual ativa/frequente, que prefere ficar jogando jogos eletrônicos e assistindo tv ao invés de sair de casa. Esse é estereótipo que aparece sempre nos filmes e series voltada para o público juvenil. (CONDIS, 2018).

Enquanto são vistos como garotos frágeis e não sociáveis dentro da sua comunidade os gamer procuram exaltar características tipicamente masculinas conversas sobre suas relações sexuais e como conquistar mulheres, usam termos como *faggots* e *pussy* (termos pejorativos similar a “bicha”) para humilhar seus adversários em debates ou nos jogos. (CONDIS, 2018).

É importante entender que a falta de um corpo real no mundo virtual nessa comunidade não impediu de que os gêneros, raças e sexualidades tivessem status nesse mundo de jogos

competitivo. As normas e status da comunidade fica refletida nos insultos, piadas e gírias. (BERTOZZ, 2008)

O streamer é um gamer que faz parte da comunidade. Ele é influente ou procura ser influente na comunidade. (SOUSA, 2019). Ele pode ficar no fogo cruzado entre as normas e regras da Twitch.tv e do seu público gamer e suas cultura violenta (CONDIS, 2018) ou sofrer assédio e outras formas de violência (TAYLOR, 2018).

Uma violência recorrente na plataforma de live-stream é comentários nos chats desvalorizando a mulheres e garotas que são streamers, pois o status do gênero feminino é inferior em relação ao masculino dentro da comunidade (CONDIS, 2018). No mundo do trabalho essa pratica de desvalorização acontecer também, pois existe uma crença que o gênero masculino é qualificado para trabalhos complexos. (ANTUNES,2015)

BERTOZZ apresenta que em jogos competitivos tantos pro-players quanto os jogadores casuais geralmente passam agressividade usando e abusando de termos como *pussy* e *girly* como uma forma de diminuir o inimigo, e que alguns jogadores mudam sua forma de jogar ou personagem para evitar ser comparado com uma mulher ou gay. Essa característica machista mostra semelhanças na cultura esportivas masculinas com a cultura geek (2008).

Quem procura se destacar dentro dessa comunidade como influencer ou streamer precisa ter conhecimento desse idioma interno, as gírias piadas e retóricas. A performance masculina é atuar nessa comunidade usando o discurso que legitime a sua masculinidade positivamente e rejeite o que não é masculino (CONDIS, 2018).

Essa prática de utilizar esse discurso não é exclusiva de pessoas do gênero masculino, ela é uma prática que predomina na comunidade virtual e pode ser utilizada por qualquer indivíduo dessa comunidade sendo ele masculino, feminino ou outros. (CONDIS, 2018)

BUTLER (2007) afirma “Gênero é algo que nós fazemos, não o que nós somos. (tradução)”. O “fazemos” é atuar. O gênero para comunidade envolver a performance dos jogadores, pois a dinâmica dos corpos masculino e feminino não existe, mas a comunidade usa o gênero para estabelecer poder e dominância dentro dela. (CONDIS, 2018).

A vigilância interna serve como manutenção desse discurso da subcultura gamer. Jogadores conversando online com seus amigos se auto vigia para não dizer nada que para o grupo é afeminado ou gay. (CONDIS, 2018). A Twitch.tv já foi palco para essas vigilâncias. (TAYLOR, 2018)

Jogador introduzido nesse universo percebe que o gamers não só consomem, mas produz. Na história da comunidade gamer há casos de misoginia e outras formas de agressões

utilizada para exaltar a cultura predominante masculina, envolvendo #gamergate, Microsoft e feministas como Anita Sarkeesian ou Zoë Quinn. (TAYLOR, 2018).

A ideia de que o mundo virtual dos gamers não se conecta com as problemáticas do mundo é uma ideia ultrapassada. A divisão sexual na renda econômica, a luta pelos direitos das mulheres e condições de violência e assédio que streamers passaram coloca o mundo virtual lado a lado com as problemáticas reais (CONDIZ, 2018).

Um dos meios de perceber isso nos jogos, ainda segundo o mesmo autor, é compreender dois termos de design de jogos. Esses termos são “gamer mechanics” que é todos os movimentos e ações que já existem desde a criação do jogo durante os jogos e “emergente dynamics” que é aquilo que foi descoberto pelos jogadores, são basicamente estratégias, táticas e movimentos que nem mesmo os desenvolvedores dos jogos perceberam que existiam nos jogos é algo que descoberto e cultivado pelos jogadores. (CONDIZ, 2018).

Exemplos “mechanics” que implica com a ideia de gênero é trollar o que é algo que acontece até em discussões fora dos jogos online. (TAYLOR, 2016) Trollar é uma “game mechanics”, pois geralmente são textos enviados nos *chats* disponíveis no jogo. Esses textos nos chats dos jogos procuram provocar outros jogadores com mensagens insultantes ou fazer perguntas utilizando termos misóginos e homofóbicos. (STEWART, 2014).

O troll é alguém que está ali para fazer “um bait” que colocar pergunta com termos ofensivos, jogar de maneira equivocada propositalmente para irritar outros jogadores. E desse ato podemos visualizar os gêneros e seus status. Além das perguntas ou frases dita por um troll muitas vezes possui uma carga de misoginia, existe ideia de que ser a pessoa que for trolada se deixa afetar emocionalmente ela é fraca e será atacada por ser “veadinho” ou “mulherzinha”. (CONDIZ, 2018)

Ações como essa serve para manutenção da vigilância na comunidade. E deixa clara que trolar faz parte da performance masculina que “gêneros além do masculino é considerado como masculinidade falha e frágil e deve ser expulsa e repetidamente lembrado na comunidade que não são aceitas. (tradução livre)” (PASCOE, 2007, p.5).

As “emergentes dynamics” impõe a ideia de gênero masculino é o ideal para classes de personagens como assassinos e personagens curandeiros e suportes é visto como uma classe para as mulheres. Existem jogos de meninas que os desenvolvedores dos jogos criaram acidentalmente, mas não imaginaram em criar algo voltado pro público feminino, porém, acabou se tornando. (CONDIZ, 2018)

O desempenho do gamer, em executar perfeitamente as ações dos jogos de maneira fria e calculada sem se deixar levar por trolls ou outros problemas afetivos durante sua performance,

é a performance ideal de atuar nos jogos para muitos participantes da comunidade (streamer, gamers, jornalistas e pros players) (TAYLOR, 2020).

Nessa comunidade que evidência sua masculinidade a partir da performance nos jogos e da própria demanda dos jogos competitivos, melhora o desempenho tolerando insulto dos inimigos. Preenchem a forma de que o feminino é sinônimo de passividade e jogar igual uma garotinha é demonstrar fraqueza emocional. (BERTOZZ, 2008). Deixa explícito que a afetividade é o oposto do desempenho ideal.

O *streamer* é uma performance que passa emoção (SOUZA, 2019). Um jogador em live streamer chama a atenção para a sua performance sem demonstrar emoções. O motivo disso acontecer é a crença entre desempenho e emoções da comunidade (CONDIS, 2018). A mestreia e gameplay do jogador torna o atrativo da live, os streamers são reconhecidos por isso. (SEULA, 2018).

O jogo por si só é feito para atrair emocionalmente qualquer jogador que procure conhecer as suas mecânicas (FROME, 2019) a gameplay do streamer ainda executa o seu papel emocional mesmo não havendo conversas e outras interações. Como a sua transmissão está no ciberespaço o seu corpo não é necessário para comunicação, mesmo sem webcam o streamer continua a atrair seu público (TAYLOR, 2018).

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O streamer ou live-streamer entra numa dimensão digital onde utiliza sua habilidade de entreter um público. (SANTOS, 2019). Ao fazer isso faz parte de uma nova categoria para o mundo do trabalho: o criador de conteúdos, especificamente o que produz a live-stream de jogos. Ele abdica de meios tradicionais das atividades na área do entretenimento para produzir sua performance no ciberespaço.

Pela a revisão de literatura é possível perceber que o caráter lúdico de sua atividade, sua forma de renda econômica, as ideologias do mercado neoliberal e da comunidade gamer são aspectos interligados ao trabalho do streamer. A adição de ferramentas digitais dentro do mundo do trabalho proporcionou esse novo trabalho que faz parte de uma relação complexa tanto no mundo do trabalho como na sociedade consumista.

A identidade, do streamer, enquanto trabalhador é frágil, pois é fruto da relação de trabalho, onde o individualismo e flexibilidade é valorizado na competição do mercado de trabalho. E na prática de consumo digital a sua performance é associada ao afeto e identidade dos consumidores. Onde a relação afetiva do trabalhador com o público produz subjetividades

para ambos, procurando unifica a relação de produtor e consumido para uma relação mais íntima de coabitantes da mesma comunidade.

Os assuntos deste artigo na área da psicologia são necessários para a compreensão da cultura *gamer* e do streamer, pois os dois produzem um vínculo de identidade que é transformado em um vínculo financeiro. Os assuntos *performance-play* e *streamers* na área de psicologia brasileira precisam ser investigados, já que esta cultura *gamer* e a busca pelo capital de forma lúdica, existe no Brasil e atrair jovens para essa comunidade e para o trabalho de criar conteúdo.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, R.; BRAGA, R. **Infoproletários: degradação real do trabalho virtual**. São Paulo. Boitempo. 2009.

ANTUNES, Ricardo. **O caracol e sua concha: ensaios sobre a nova morfologia do trabalho**. São Paulo. Boitempo Editorial. 2015.

ANTUNES, R. **O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviço na era digital**. São Paulo. Boitempo editorial. 2018.

BRAGA, R. **A vingança de Braverman: o infotaylorismo como contratempo**. In: *Infoproletários: degradação real do trabalho virtual*. São Paulo. Boitempo.2009.

BERTOZZI, E. **“You Play Like a Girl!”: Cross-Gender Competition and the Uneven Playing Field**. *Convergence*, p.473-487. 2008.
Disponívelem:<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1354856508094667>. Acesso em: 23 maio 2022.

BUTLER, J. **Feminism and the Subversion of Identity**. *Gender trouble*, v. 3, n. 1, 2007.

CASTILLO, J. J. **O trabalho do conhecimento na sociedade da informação: a análise dos programadores de software**. In: *Infoproletários: degradação real do trabalho virtual*. São Paulo. Boitempo.2009.

CODO, W. **Um diagnóstico do trabalho (em busca do prazer)**. In: *Trabalho, organizações e cultura*. São Paulo. Autores Associados. 1997.

CONDIS, M. **Gaming masculinity: Trolls, fake geeks, and the gendered battle for online culture**. Iowa. University of Iowa Press. 2018.

DALLEGRAVE, L. **As performances no streaming de jogos**. SBC–Proceedings of SBGames. 2019. Disponível em:

<https://www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/CulturaFull/198092.pdf> acesso em 01 jul. 2022.

DALLEGRAVE, L.; PASE, A. F.; FONTOURA, M.G. **Capital Lúdico e Trabalho na Transposição dos Jogos Digitais para as Plataformas de Streaming**. Anais do XXIX Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Brasil.2020. Disponível em:
https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/17304/2/Capital_Ludico_e_Trabalho_na_Transposicao_dos_Jogos_Digitais_para_as_Plataformas_de_Streaming.pdf Acesso em: 24 abr 2022.

DIJCK, J.V. **The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media**. Oxford University Press, v. 9780199970773, 2013.
Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1145/3311350.3347160>. Acesso em: 22 mai 2022.

DIXON, S. **Remediating Theatre in a Digital Proscenium**. Digital Creativity.Set 1999.
Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/3B9LNCpBGMn8R7Ppw6vBHP/>. Acesso em: 24 abr 2022.

FRANCO, T; et al. **As novas relações de trabalho, o desgaste mental do trabalhador e os transtornos mentais no trabalho precarizado**. Revista Brasileira de Saúde Ocupacional, v. 35, n. 122, p. 229–248, Dez 2010. Disponível em:
<http://www.scielo.br/j/rbso/a/TsQsX3zBC8wDt99FryT9nnj/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 18 abr 2022.

FROME, J. **Interactive Works and Gameplay Emotions**. Revista digital Sagapub, v. 14, n. 7–8, p. 856–874, 27 Mai 2019. Disponível em:
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1555412019847907>. Acesso em: 19 jun 2022.

GAULEJAC, V. **A GESTAO COMO DOENÇA SOCIAL. Ideologia, poder gerencialista e fragmentação social**. São Paulo. Ideias e letras. 2007.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo, SP. Atlas, 2002.

HAN, B. C. **Sociedade do cansaço**. Rio de Janeiro. Vozes.2017

HAN, B. C. **Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder**. Belo Horizonte. Âyine, 2018.

HUWS, U. **A construção de um cibertariado? Trabalho virtual num mundo real**. In: Infoproletários: degradação real do trabalho virtual. São Paulo. Boitempo.2009.

LAZZARATO, M; NEGRI, A. **Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade**. Lamparina, 2022.

LUPINACCI, P. **“Da minha sala pra sua”**: teorizando o fenômeno das lives em mídias sociais. São Paulo, Galáxia.2021.

MOITA, D. *et al.* **Reflexões sobre trabalho imaterial e precarização na atividade de teleoperadores e programadores de softwares.** CONGRESSO LATINOAMERICANO DE SOCIOLOGIA, Santiago: ALAS, p. 1-11. 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/19194> Acesso em: 20 abril. 2022.

NOARO, A. G. **A transmissão de gameplay na plataforma twitch: descrição e análise de uma nova forma de entretenimento no ciberespaço.** TCC (Graduando Em Direito) UFAL, MACEIO, 2018.
Disponível em: http://www.sbpcnet.org.br/livro/70ra/trabalhos/resumos/3115_1cf0dae18ed49d14dd9b48f2ed3353244.pdf. Acesso em: 24 abr 2022.

NOTARGIACOMO, A.S. **Profissão Streamer: uma análise do comunicador Flávio “Jukes” Fernandes.** Trabalho de conclusão de graduação, UFRGS. 2019. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/211975>. Acesso em: 24 abr 2022

PASCOE, C. J. **‘Dude, you’re a fag’: Adolescent masculinity and the fag discourse.** Sexualities, v. 8, n. 3, p. 329-346, 2005. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1363460705053337> Acesso em: 19 jun 2022.

OLIVEIRA, F. **O trabalho como fenômeno psicossocial.** In: A Psicologia social e a questão do hífen. São Paulo. Blucher. 2017.

OLIVEIRA, P. S. **Neoliberalismo em jogo: uma investigação sobre o sofrimento psíquico de criadores de conteúdo em plataformas de Streaming.** Trabalho de conclusão de graduação. UniCEUB. 2021

PAZ, S; MONTARDO, S. **Performance play: consumo digital como performance no streaming de games da plataforma Twitch.** Fronteiras - estudos midiáticos, v. 20, 2018. Disponível em: <http://www.revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/14988>. Acesso em: 24 abr 2022.

PAZ, SAMYR. **Performance play: consumo como performance no streaming de games da plataforma twitch.** Tese de Doutorado. Dissertação (Mestrado em Processos e Manifestações Culturais). Novo Hamburgo. 2020. Disponível em: <https://biblioteca.feevale.br/Dissertacao/DissertacaoSamyrPaz.pdf>. Acesso em: 26 fev 2022.

SEULA, E. **Procedimentos para análise de performance de streamers de games.** XVII SIMPÓSIO BRASILEIRO DE JOGOS. RS, 2018. Disponível em: <http://www.sbgames.org/sbgames2018/files/papers/CulturaFull/187162.pdf> Acesso em: 25 abr 2022.

STEWART, E. M. **Online games, social narratives**. Routledge. New York. 2014.

SOUSA, I. R. L. D. **Sujeito em jogo: o funcionamento do discurso sobre o jogo no Twitch**. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem, 2019. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/3363>. Acesso em: 4 jun 2022.

TAYLOR, T.L. **Raising the stakes: E-sports and the professionalization of computer gaming**. MIT. 2012

TAYLOR. T. L. **Watch me play**. Princeton. Princeton University Press. 2018.

TAYLOR, T. L. **The Rise of Massive Multiplayer Online Games, Esports, and Game Live Streaming**. in **SearchWorks articles**. American Journal of Play, v. 12, n. 2, 2020

NASCIMENTO, Y. **Streamers como influenciadores digitais: um olhar a partir da Twitch**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2021. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt5-g/yago-nascimento.pdf> acessado em 1 jul. 2022.

TOFFLER, A. **A terceira onda**. Rio de Janeiro.Record, 1980.

WOHN, D.Y. *e at.* **Understanding digital patronage: Why do people subscribe to streamers on twitch?** CHI PLAY, Proceedings of the Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play, 2019.

WOODCOCK, J; JOHNSON M.R. **The affective labor and performance of live streaming on Twitch**. **Tv**. Television & New; 2019. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1527476419851077>. Acesso em: 24 abr 2022.