A estrutura discursiva da Twitch para capitalização imaterial na indústria de games

Kennet Anderson da Cruz Medeiros[1], Caio Túlio Olímpio Pereira da Costa[2]

[1]PPGC/Universidade Federal da Paraíba (UFPB) – CIPEG
João Pessoa – Paraíba – Brasil

[2]PPGEdumatec/Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) – CIPEG
Recife – Pernambuco – Brasil

kennet.anderson96@hotmail.com, caiotuliocosta3@gmail.com

Abstract. *In analysis of platformization processes of work surrounding contemporaneity, the paper explores a discussion about the neoliberal logic of work, production, and consumption in the game industry. Structured in topics, it observes through an essay perspective how the platformization promotes a fetishization of the offered services to produce a bigger financial capitalization, as it also promotes precariousness work context for workers. With focus on the Twitch platform, it concerns how it appropriates of working glamourization discourses, work as love, and entrepreneurship throughout streamers, promoting an immaterial capitalization process without questioning state-owned and/or syndicates.*

Keywords— *Immaterial capital, Platformization, Gaming industry, Twitch*

Resumo. *Em análise sobre processos de plataformização que permeiam a contemporaneidade, o paper explora uma discussão sobre a lógica neoliberal de trabalho, produção e consumo na indústria de games. Estruturado em tópicos, observa-se por um viés ensaístico e por meio de uma pesquisa bibliográfica como o fenômeno das plataformas promove um certo tipo de fetichização aos serviços oferecidos no intuito de capitalização financeira, ao mesmo tempo que precariza seus trabalhadores. Por seguinte, foca-se na plataforma Twitch, para observar como ela se apropria de discursos de glamourização laboral, trabalho por amor e empreendedorismo através de streamers, ao que se conclui a promoção de um projeto de capitalização imaterial sem questionamentos estatais e/ou sindicais.*

Palavras-chave— *Capital imaterial, Plataformização, Indústria de games, Twitch*

1. Introdução

Os cenários contemporâneos de trabalho, em parcela expressiva, contam com uma lógica de dominação por parte de grandes corporações capitalistas que segundo Mignolo (2017) acabam por definir regras, práticas, valores e até padrões de consumo. Em contribuição, Poell, Nieborg e Dijck (2020, p. 4) atestam na verdade que as plataformas, nesse contexto, se solidificam como "infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores,

organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados".

Nesse sentido, se debruçar sobre o ato de jogar e compartilhar o que jogamos, na atualidade e em visão crítica, pode estar em uma intrínseca costura de dois polos: a presença dos jogadores/usuários/consumidores da indústria nas plataformas que acabam por disponibilizar jogos em sistemas de assinatura ou *streaming*, e também pela mercantilização de uma presença dos indivíduos, através de um perfil ou avatar, na própria plataforma.

Diante desse cenário, a lógica neoliberal do trabalho tende a se apropriar desse contexto ao fazer emergir uma fetichização, que em plataformas e dispositivos no universo dos videogames acabam por evidenciar desigualdades sociais e invisibilidades de indivíduos sujeitos a esse sistema. Desses processos evidenciados, o presente artigo discorre sua pergunta de partida: sob qual forma as plataformas pertencentes à indústria de videogames envolvem o seu público/trabalhadores para fomentar uma estrutura de mercado? Tal questionamento é colocado em reflexão neste trabalho através de um caráter ensaístico, com embasamentos teóricos de pesquisa bibliográfica, para entender a fundo os fenômenos que se entrelaçam nesta relação: trabalho, consumo e capital.

Utilizando o caso específico da plataforma Twitch, nossa hipótese principal ao fim dessa reflexão é de que ela gera uma glamourização de trabalho, sob perspectivas neoliberais, utilizando a indústria de games para elaborar uma capitalização financeira, fazendo seus trabalhadores serem submissos a regras de remuneração, por meio de trabalho informalizado. Abordamos isso através dos discursos da Twitch e através de sua estrutura de regras no repasse financeiro aos *streamers*, em que concluímos que há fomento de um regime de precarização de trabalho, realizado sem questionamentos sociais.

2. Trabalho sob perspectivas neoliberais: fetichização e autoemprego

A forma como a diversificação do desenvolvimento social, econômico e tecnológico vem se estabelecendo numa sociedade pós-industrial, transforma, constantemente, as dinâmicas de oferta de produtos e serviços, assim como a lógica de consumo pelos sujeitos. Se, no início de um capitalismo industrial, tínhamos a produção em massa de mercadorias, hoje, isso se expandiu às possibilidades de geração de consumo a partir de serviços terceirizados [Carvalho e Carvalho 2006]. Também, o capitalismo industrial passou de uma lógica de produção de mercadoria bem delimitada, com espaços definidos e distantes da sociedade (a fábrica), e com um tempo de trabalho cronologicamente separado por jornadas (hora do trabalho/hora do lazer); para um caráter desmaterializado do trabalho, onde a produção extrapola os limites dos espaços funcionais da organização e confunde quem é produtor e quem é consumidor [Cocco e Vilarim 2009].

Essa dinâmica advinda de um capitalismo tardio é ativada a partir de um processo cujo desenvolvimento de relações econômicas de mercadorias de conteúdo comunicacionais, informacionais e culturais estão no epicentro, e que Lazzarato e Negri (2001) definem como trabalho imaterial. Ou seja, um tipo de trabalho que está no entrecruzamento das subjetividades entre produtor/consumidor, materializando necessidades de consumo, imaginários e gostos, e cuja particularidade "está no fato de

que ela não se destrói no ato do consumo, mas alarga, transforma, cria o ambiente ideológico e cultural do consumidor" [Lazzarato e Negri 2001, p. 46].

Com essa imaterialidade, os autores apontam que temos um tipo de trabalho que se constitui numa relação coletiva entre aquele que produz o produto/serviço e aquele que consome; com uma mercadoria definida como ideológica, ou seja, produzindo "novas estratificações da realidade" [ibid.], a exemplo da publicidade; com o público consumidor sendo a figura a que essa nova realidade será dirigida; e com a estimulação de uma produção inovadora, para perpetuamente renovar e retroalimentar consumos.

Tudo isso passou a ser observável ao longo do estabelecimento desse novo modelo pós-industrial capitalista, com a produção de serviços em ambientes como o audiovisual (na TV e no cinema), a publicidade, a moda, a produção de software etc., mas que também vem se transformando constantemente a cada surgimento de novos tipos de mercados econômicos com o objetivo de acumulação de capital imaterial.

Temos nessa lógica a indústria de games, pioneira em métodos de acumulação a partir de propriedade intelectual, exploração cognitiva, hibridização cultural, trabalho subcontratado e commodities comercializadas mundialmente [Dyer-Whiteford e De Peuter 2007]. Como estes autores afirmam, em tal indústria há um processo de produção de mercadorias que põe em dúvida os limites entre trabalho/lazer, produção/consumo e voluntariado/exploração precária entre os diversos trabalhadores da área.

Nesses contextos, os multirelacionamentos sociais e trabalhistas vão se adaptando à lógica de cada setor, mas o que os tornam em comum é a forma como as relações produção/consumo se entrelaçam de tal forma que surgem novas dinâmicas de vida em cada sujeito ali presente, seja com o produtor, cujo tempo de vida muitas vezes é confundido com o trabalho, seja com o consumidor, que tem sua necessidade de desejo reforçada diariamente.

Dentro dessa atividade imaterial, "é quase impossível distinguir entre o tempo produtivo e o tempo de lazer" [Lazzarato e Negri 2001, p. 30]. Tomemos a exemplo a profissão dos *game testers*, ou melhor falando, os testadores de jogos, profissionais que têm como objetivo testar e relatar problemas e erros nos jogos eletrônicos em desenvolvimento. Bulut (2020) aponta que muitos entusiastas a entrarem na indústria de produção de games começam como testadores, por ser uma área que não necessita de tantas habilidades técnicas. Testando os jogos, muitos jovens fazem, idealmente, aquilo que dizem amar: jogar videogames. Ora, um tempo antes de lazer agora dedicado ao trabalho, porém também com condições bem depreciativas, com baixa remuneração e com direitos trabalhistas reduzidos. O autor diz que essas posições, geralmente temporárias, são mantidas pela esperança da haver uma efetivação em grandes corporações da indústria de jogos eletrônicos ou, pelo menos, ganhar um mínimo de experiência em áreas técnicas.

Essa esperança, contudo, muito vezes é alimentada por um discurso neoliberal de trabalhar por amor, ou como coloca Tokumitsu (2015): *Do What You Love*. Essa ideia altamente proliferada, principalmente por personalidades já estabelecidas em classes sociais mais abastadas, é o ideal perfeito do sistema neoliberal: falsamente atribui aos trabalhadores uma escolha de sucesso e justifica uma empregabilidade precarizada e mal (ou não) remunerada.

Em determinadas profissões, como na indústria de videogames, Bulut (2020) indica isso como um regime de ludopolítica, ou seja, o afeto do amor e o glamour social torna esse trabalho altamente desejável. E essa fetichização do trabalho é ainda disseminada pela retórica neoliberal porque as desigualdades sociais nessas relações são invisibilizadas por aqueles que estão sendo submetidos a elas. Diz o autor que:

> The love and glamor of game production is so strong that developers – both aspiring and actual – can barely see and acknowledge the inequalities involved in making games. Inequalities are made invisible because play, as a central activity to humanity, implies freedom [Bulut 2020, p. 52].

Esse *play*, explica Huizinga (2007), embora pareça ser uma atividade temporária, com uma finalidade de satisfação e realização própria, tem uma função muito mais na totalidade, tornando-se um acompanhamento, um complemento e uma parte integrante da vida em geral. E é por isso que o temos como apropriação discursiva no trabalho imaterial: se o *play* "ornamenta a vida, ampliando-a, e nessa medida torna-se uma necessidade tanto para o indivíduo, como função vital, quanto para a sociedade" [Huizinga 2007, p. 12], então trabalhar dessa forma torna-se libertador e satisfatório, independentemente das condições de quem participa desse círculo mágico.

Por outro lado, em profissões em que não há uma expressiva fetichização, o arcabouço ideológico neoliberal aprofunda o sonho do empreendedorismo e do autoemprego diante da falta de postos de trabalho. Os discursos de plataformas como Uber e iFood, por exemplo, são fascinantes: um motorista ou entregador pode ser seu próprio chefe, pois não há ninguém para dizer seu horário de trabalho. Se idealmente é dessa forma, em contrapartida escondem um total investido e amparado por todo um suporte jurídico de controle. Se, no capitalismo pré-industrial, havia uma cooperação objetiva, ou seja, uma "combinação" dos capitalistas imposta aos trabalhadores e organizada de fora, hoje há uma cooperação subjetiva, em que o trabalho individual desenvolve, afina e intensifica a cooperação. Assim, novamente, há um entrelaçamento entre a vida laboral e o lazer nas práticas imateriais, e que são apropriadas constantemente pelo capitalismo tardio em diversos setores da economia mundial, em decorrência de uma retórica sobre fazer o que ama e sobre trabalhar independente, e propiciando um maior controle financeiro pelos diversos empreendimentos.

3. Plataformas e não responsabilização do trabalho

Como apontado, o desenvolvimento dos meios de comunicação, de informação e das tecnologias transformou a oferta de produtos e serviços por diversos empreendimentos, a partir da acumulação de um capital imaterial e da oferta de uma mercadoria desmaterializada. Dentro desse modelo, empresas ligadas ao *gig economy*, a última era de transformação da internet, surgiram prometendo serviços personalizados e uma contribuição para o crescimento e inovação da economia [Dijck, Poell e Waal 2018].

Esse novo tipo de serviço, definido por Dijck, Poell e Waal (2018) como plataformas, são arquiteturas digitais programáveis e projetadas para organizar interações de usuários, entidades corporativas e órgãos públicos. Com o fenômeno das plataformas surgiram a Google, Apple, Microsoft, Facebook, Amazon, e seus diversos tipos de serviços, que aos poucos foram incorporando companhias menores até fomentar um verdadeiro império sobre a utilização da rede mundial de computadores.

Contudo, essa dominação das redes é tamanha que instituições públicas e sem fins lucrativos da sociedade tornam-se dependentes de recursos e de visibilidades que são oferecidos por esses serviços. Assim, Dijck, Poell e Waal (2018) apontam que não temos um espaço público dentro desse ecossistema, pois ele é administrado corporativamente e voltado para a coleta, processamento, circulação e monetização de dados. Dizem os autores, que com o fenômeno das plataformas, os grandes empreendimentos penetram nos arranjos sociais e se misturam às estruturas institucionais já estabelecidas.

Dentro desse fenômeno, Dijck, Poell e Waal (2018) ainda subdividem as plataformas em dois grupos. As plataformas conectoras, como apontam, geralmente não possuem ativos materiais, funcionários ou mesmo oferecem produtos e serviços tangíveis. Como diz o próprio nome, em tese elas servem para conectar um cliente não-regular (por exemplo, alguém que deseja uma hospedagem) a um microempreendedor (por exemplo, alguém que aluga sua residência para turistas). Já no caso das plataformas complementadoras elas estão (ou pelo menos devem estar) sujeitas a todo um sistema de regulamentação de um setor, obedecendo a leis e relações trabalhistas. Seguindo o exemplo anterior, ela poderia ser um espaço *online* de oferta de serviços para turistas, o qual diversas redes hoteleiras e microempreendedores estão vinculados.

Contudo, explicam os autores, é justamente com esses complementadores intermediários que uma economia de valor é adicionada ao fenômeno das plataformas, pois nem sempre se sabe qual é conectora ou qual é complementadora, para estar submetida aos regimes de regulamentação. Um dos exemplos que Dijck, Poell e Waal (2018) apresentam é a do Uber, que inicialmente poderia ser entendido como um conector (por unir um motorista a um passageiro), mas depois como complementador (pois seu serviço é oferecido como um dos muitos provedores de transporte).

Essa "área cinzenta" entre quem deve ou não estar submetido a critérios regulamentares é justamente utilizada para que as plataformas operem fora "*regulation or escape professional norms and standards to which most sectors are subjected*" [Dijck, Poell e Waal 2018, p. 21]. Além disso, esse componente "não-regulamentatório" que as plataformas tentam fazer parte, induz a uma ideia neoliberal de cidadãos independentes e autônomos a políticas estatais. Por um lado, trabalhando "com" o Uber, o motorista não precisa pagar impostos; por outro, a empresa se exime de qualquer responsabilização com aquele trabalhador... afinal, ele não é um trabalhador, mas sim um microempresário.

4. Glamorização do trabalho na Twitch

Esses tipos de relacionamentos são ainda mais subjetivos quando olhamos para o setor do entretenimento. Para isso, tomemos o caso da Twitch, plataforma de transmissão ao vivo de jogos eletrônicos. Comprada pela Amazon em 2014, hoje ela é uma das maiores plataformas desse nicho no mundo, com cerca de 24 bilhões de horas assistidas em 2021 [Chase 2021]. Apesar de ser frequentemente utilizada por diversas pessoas ao redor do mundo para transmitir partidas de jogos, a Twitch também vem sendo apropriada para transmissões de outros tipos de conteúdo, a exemplo de música, pintura, cotidiano, etc.

Embora seja através dela que muitas pessoas dedicam horas de sua vida em troca de um retorno financeiro, ou seja, trabalham, a plataforma adota a retórica neoliberal do trabalho imaterial já apresentado aqui: para ela, os trabalhadores são "criadores", e o site é apenas um espaço "projetado para ajudar no seu crescimento como criador, desenvolver uma comunidade e ganhar a vida fazendo o que gosta" [Twitch 2022]. Ou

seja, para a plataforma, as pessoas apenas utilizam o lazer para um retorno financeiro; e, como diz Tokumitsu (2015), induz ao *Do What You Love*.

Além disso, existe um componente de esperança que leva ao investimento, por diversos trabalhadores, pela tentativa de aquisição a um status de "celebridade". Pelo fato de alguns *streamers*[1] terem conseguido um sucesso de público e um grande retorno financeiro dentro da plataforma, o regime de ludopolítica [Bulut 2020] torna o trabalho dentro da Twitch altamente desejável, corrompendo diversas pessoas à retórica neoliberal de que o trabalho duro é automaticamente recompensado [Johnson e Woodcock 2017]. Assim, os aspirantes ao *streaming* se submetem a diversas situações exploratórias, com a esperança de alcançar um mínimo de reconhecimento.

A Twitch oferece uma série de reconhecimento público como recompensas em troca de uma dedicação de trabalho. Em um primeiro nível, a plataforma aponta, desde que a pessoa tenha 18 anos (ou, se não tiver, deve ter a supervisão de um responsável), a possibilidade de qualquer um realizar as transmissões *online*. Em um segundo nível, após cumprir metas de transmissão por 8 horas, em 7 dias diferentes e com a média de 3 espectadores, o "criador" recebe o convite para a integração de "afiliados", recebendo alguns novos recursos da plataforma. O terceiro nível que a Twitch propõe para o "criador" é o de "parceria". Sendo parceiro, segundo a plataforma, o *streamer* tem a possibilidade de receber "ainda mais oportunidades de rendimento e suporte com prioridade" [Twitch, 2022]. Dentre os requisitos que são impostos para receber o convite de parceria estão a transmissão de 25 horas em 1 mês com a média de 75 espectadores.

Apesar de que 25 horas em 1 mês não pareça difícil de atingir, muitos trabalhadores da plataforma apresentam dificuldades em manter a média de espectadores, o que os levam a dedicar mais horas em suas transmissões. Johnson e Woodcock (2017), ao realizarem entrevistas com diversos *streamers* do Reino Unido, observam que a média de tempo de *lives* na região é de 35 horas semanais, o que equivale ao tempo de um emprego integral no país. Em alguns relatos, dizem os pesquisadores, haviam pessoas que passavam das 70 horas semanais, sem folgas.

Apesar de se referir, muitas vezes, ao desenvolvimento de jogos, adotamos o termo aqui também porque o *streaming* de jogos eletrônicos também se encontra nesse fenômeno de glamourização de um trabalho visto por amor; ainda mais quando a quantidade de horas investidas pelos *streamers* é fácil de ser observada cotidianamente na plataforma. Em consonância com o Twitch Tracker, site que faz um ranking dos *streamers* mais assistidos da plataforma, dentre aqueles que transmitem em português há pessoas com mais de 700 horas em um mês[2]. Esses *streamers* que estão no topo muitas vezes alimentam o discurso que dedicam todo esse tempo porque fazem algo que gostam, como aponta algumas das respostas levantadas por Johnson e Woodcock (2017). Porém, para essas pessoas que recebem um alto retorno financeiro, além de se colocar em uma posição de empregabilidade precarizada, ainda constroem um ideal

[1] Nos referimos aqui a *streamers* àquelas pessoas que realizam transmissões *online*, ou *stream*, em alguma plataforma.

[2] Há de se ressaltar que muitos *streamers* realizam o ato de *rerun*, ou seja, retransmitir uma *live* já realizada, o que aumenta a quantidade de horas que este fica *online.* Entretanto, mesmo com as retransmissões, o número de horas ainda é muito elevado para um mês.

essencialmente narcisista, pois facilita a ignorância intencional das condições de trabalho dos outros [Tokumitsu 2015].

Com isso, *streamers* menores aderem a uma posição trabalhista individualizada, colocando-se na situação de empreendedor próprio em busca de um retorno bem-sucedido gerado pela glamourização do trabalho na plataforma. Vendo *streamers* com sucesso realizarem horas e horas de transmissão, aspirantes da plataforma vão querer seguir o mesmo caminho. E, nesse caminho trilhado, a plataforma se coloca em uma posição de evitar responsabilidades sobre a precarização das pessoas, não oferecendo suportes de assistência trabalhista ou mesmo psicossocial. Pelo contrário, a empresa acaba, por diversas vezes, encabeçando esse discurso.

5. Discurso e projeto neoliberal da Twitch

Entre março e abril de 2021, durante 31 dias, o *streamer* estadunidense Ludwig Ahgren realizou uma transmissão única sem ficar *offline*. Popularizando o fenômeno da *subathon*, durante a pandemia da Covid-19, Ludwig jogou videogames, cozinhou, cantou, fez esquetes, realizou exercícios, dormiu, enfim, tudo o que muitos de nós realizamos no isolamento social, com a diferença de que tudo era feito em frente a uma câmara, ao vivo para milhares de pessoas.

O *subathon* se baseia no princípio de ter um contador de horas na *live* do *streamer*, indicando quanto tempo falta para ele encerrar sua transmissão. Contudo, sempre que um espectador realiza uma inscrição no canal, o contador aumenta o tempo de finalização. Durante 1 mês, Ludwig ficou recebendo inscrições do público, aumentando seu contador *subathon*, e tornando sua vida pessoal totalmente pública aos olhares de espectadores do mundo inteiro.

Depois de Ludwig a prática foi ficando cada vez mais comum, sendo seguida por outros *streamers* da Twitch, como Emilycc, Notmes, TaySpokes, REAL_Jakeychu e Serpentgameplay, que estão no ranking de maiores *subathon's* da plataforma [Patterson 2022]. Em todos esses momentos, como que para preencher um espaço de conteúdo visibilizado a todo instante, ocorre uma exposição pornográfica da intimidade [Han 2018]. Assim, o *streamer* torna-se um "animador" midiático, com a audiência sendo atraída pelo espetáculo [Montardo *et al.* 2016], onde os cotidianos expostos são vistos como modelos ideais de vida. Como diz Morin [2002], são modelos de espetáculo segundo uma ética da felicidade e do prazer, por isso a exaltação do privado. Ao fazerem isso, a plataforma também vê nesse tipo de conteúdo a geração de um maior capital social para seus anunciantes, direcionando cada vez mais engajamentos às *lives* de exposição pessoal durante horas e horas de transmissão.

Após os 31 dias seguidos de *live* do Ludwig, por exemplo, a Twitch lançou um vídeo em suas redes sociais para "celebrar" o feito do *streamer* (Fig. 1). E, mesmo que isso possa parecer algo pontual, já que o *subathon* foi um fenômeno novo, é possível de se observar, recorrentemente, a plataforma divulgando transmissões que duram horas sem parar. Assim, é perceptível que ocorre um incentivo à uma superexploração de um trabalho informal, disfarçada de um reconhecimento e alcance público, ainda mais quando a plataforma realiza mudanças em suas regras de pagamento.

As fontes financeiras que os *streamers* podem receber são múltiplas dentro da plataforma, como as inscrições (ou *subscribers*), onde o público pode apoiar o "criador" com um valor fixo ao mês em troca de alguns benefícios; os bits, quase que uma moeda

virtual da plataforma usada especificamente para ser “dada” ao *streamer*; ou as doações (*donates*), que são valores livres. Além desse rendimento que ocorre diretamente através do público da plataforma, a Twitch também propõe alguns “contratos” de publicidade através de seu programa de “parceria”. Por meio deles, os *streamers* reproduzem uma quantidade de propagandas comerciais durante as transmissões.

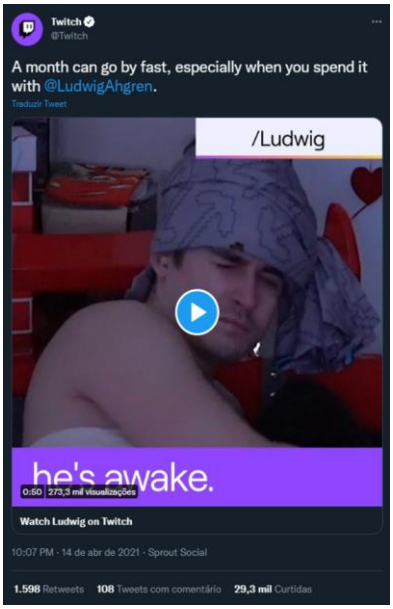

Figura 1. Twitch reproduz um vídeo “celebrando” o *subathon* de Ludwig.

Como ocorre que nem todo “criador” tem uma visibilidade grande de público para se manter apenas com inscrições, bits, e doações, muitos ficam dependentes do programa de parceria da Twitch. Contudo, devido a mudanças nas regras de parceria, essa dependência significa que o *streamer* tem que passar mais horas transmitindo para realizar mais propagandas publicitárias, sem afetar tanto a experiência do público que o assiste.

Como reporta D’Anastasio (2022), se, por um lado, as mudanças tendem a aumentar as receitas advindas das inscrições (o que beneficia os canais com maior número de espectadores), por outro, aqueles que dependem do programa de parcerias têm que transmitir 40 horas por mês para receber US$ 100 (cerca de R$ 480), caso exiba dois minutos de anúncio por hora (80 minutos no mês). Ou seja, de toda uma jornada trabalhista que o *streamer* já realiza à plataforma, 3,3% de seu tempo é destinado à uma publicidade terceirizada (o que pode aumentar, caso o criador queira receber mais que os US$ 100), em troca de um valor menor que um salário-mínimo.

Com isso, temos a plataforma operando numa estrutura de três eixos. Primeiramente discursiva, onde ela promove alguns *streamers* ao status de celebridade e os fazem reverberar um ideal de sucesso meritocrático. Tal prosperidade é fundamentada em um glamour laboral, ou seja, trabalhando com o que se ama [Tokumitsu 2015] as pessoas têm uma maior chance de se destacar na sociedade. Assim, há um incentivo para que diversos indivíduos, muitos em situação de dificuldade financeira, “invistam” em equipamentos caros de áudio e vídeo na tentativa de se tornar um novo *streamer* de sucesso.

Em segundo lugar, há a fomentação de um trabalho informal precarizado ao levar os *streamers* a realizarem cada vez mais horas de *lives*. Embora as regras para se tornar parte do programa de parceria não indiquem diretamente a necessidade de realizar transmissões exaustivas, a estrutura de remuneração da plataforma leva a isso. Se um "criador" pequeno não consegue se sustentar somente com o dinheiro das inscrições de seus canais, pois sua margem de lucro ainda é pequena[3], o que lhe resta é passar mais tempo realizando uma *stream*, ou melhor falando, trabalhando, para gerar mais publicidade e, consequentemente, uma maior receita ao fim do mês.

Por último, temos que essa forma de operação montada pela Twitch a deixa invulnerável a pressões sociais por mudanças. Isso porque ela detém o poder de remunerar os *streamers* (pois todo sistema de pagamento gira em torno da plataforma); e ela promove um discurso neoliberal que levam as pessoas a serem contra qualquer forma de regulamentação trabalhista pelo Poder Público e que desestimula qualquer forma de organização sindical.

6. Conclusão

A lógica de um trabalho cada vez mais imaterial vem transformando a todo momento a forma como empresas, serviços, trabalhadores e consumidores se relacionam. A cada tipo específico de indústria há uma complexificação na estrutura da geração de capital, seja por meio do discurso ou por meio das dinâmicas de trabalho que são proporcionadas.

Surgida já dentro dessa nova formatação de trabalho, a indústria de games e todo seguimento que o acompanha segue bem essa dinâmica, fetichizando o tipo de emprego oferecido ao mesmo tempo que o precariza. A Twitch, representando esse fenômeno, elabora bem uma estrutura de mercado que faz seus trabalhadores serem totalmente submissos a regras de remuneração da empresa, mas de maneira informal.

Além dessas regras estarem flexíveis a mudanças irrestritas da empresa, sem qualquer questionamento estatal ou sindical, a estrutura de serviço elaborada dentro da plataforma fortalece um pensamento meritocrático entre os trabalhadores: aqueles que recebem mais, são os que se dedicam mais. Esse método de distribuição de capital imaterial torna-se ainda mais eficiente quando os *streamers* mais remunerados normalizam práticas de precarização e reproduzem o discurso da plataforma: trabalhar mais para chegar lá. E as consequências para esse projeto são bem elaboradas. A plataforma se constituirá sempre como referência na transmissão de jogos eletrônicos, pois os "criadores" mais famosos estão lá; haverá sempre uma grande e crescente circulação de capital; as regras de remuneração sempre são realizadas pela própria empresa; e as tentativas de regulamentação do setor são sempre frustradas pelos discursos neoliberais alimentados pela empresa, e retroalimentados pelos trabalhadores e consumidores.

---

[3] Atualmente os *streamers* recebem 70% do valor das inscrições. Em prática, no Brasil, significa que eles recebem R$ 5,53 dos R$ 7,90 que custam uma inscrição no total. Contudo, como indica D'Anastacio [2022], essa porcentagem pode diminuir para 50%, levando *streamers* brasileiros, por exemplo, a receberem R$ 3,95.

Referências

Bulut, E. (2020). “A precarious game: the illusion of dream jobs in the video game industry”. Ithaca, Londres: IRL Press.

Carvalho, W. D. e Carvalho, O. J. P. (2016). “Evolução do trabalho: das comunidades pré-industriais às pós-industriais”. In *Revista da ABET,* vol. VI, n. 2.

Chase. (2021). “State of the Stream – 2021 year in a review”. Disponível em: https://bit.ly/3eNahj4. Acesso em: 14 jun. 2022.

Cocco, G. e Vilarim, G. O. (2009). “Trabalho imaterial e produção de software no capitalismo cognitivo. In *Liinc em Revista*, vol. 5, n. 2.

D’Anastacio, C. (2022). “Amazon’s Twitch seeks to revamp creator pau with focus on profit”. Disponível em: https://bloom.bg/3xtZMba. Acesso em: 14 jun. 2022.

Dijck, J. V., Poell, T. e Waal, M. (2018). “The platform society: public value in a connective world”. Nova York: Oxford University Press, 2018.

Dyer-Whiteford, N. e De Peuter, G. (2007). “Games of Empire: global capitalism and video games”, Toronto: University of Toronto Press.

Han, B. C. (2018). “No enxame: perspectivas do digital”. Petrópolis: Vozes.

Huizinga, J. (2007). “Homo ludens: o jogo como elemento da cultura”. São Paulo: Perspectiva.

Johnson, M. R. e Woodcock, J. (2017). “It’s like the gold rush: the lives and careers of professional video game streamers on Twitch.tv”. In *Info., Comm. & Soc.,* p. 1-16.

Lazzarato M. e Negri, A. (2009). “Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade”. In *Liinc em Revista*, v. 5, n. 2.

Mignolo, W. D. (2017). “Colonialidade: o lado mais obscuro da modernidade”. In *Revista Brasileira de Ciências Sociais,* vol. 32, n. 04.

Montardo, S. *et al.* (2017). “Consumo digital como performance sociotécnica: análise dos usos da plataforma de streaming de games Twitch”. In *Ver. Com., Míd. e Com.*, vol. 14, n. 40.

Morin, E. (2002). “Cultura de massas no século XX”. Rio de Janeiro: Forense Uni.

Patterson, C. (2022) “Biggest Twitch Records”. Disponível em: https://bit.ly/3dkTdk7. Acesso em: 14 jun. 2022.

Poell, T., Nieborg, D. e Dijck, J. V. (2020). “Plataformização”. In *Rev. Fron.*, v. 22.

Tokumitsu, M. (2015). “Do what you love: and other lies about success and happiness”. Nova York: Regan Arts, 2015.

Twitch. (2022). “Conceitos básicos da Twitch”. Disponível em: https://bit.ly/3BQG4sM. Acesso em: 14 jun. 2022.