



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE CEILÂNDIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM TERAPIA OCUPACIONAL

AMANDA BEATRIZ DIAS NUNES

**O MUNDO DO STREAM
DO LAZER AO TRABALHO PARA JUVENTUDES**

Brasília - DF

2022

AMANDA BEATRIZ DIAS NUNES

O MUNDO DO STREAM: DO LAZER AO TRABALHO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade de Brasília – Faculdade de Ceilândia como
requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em
Terapia Ocupacional

Professor Orientador: Rafael Garcia Barreiro

Brasília – DF

2022

Dedico este trabalho a minha eterna Alice, que mesmo tão pequena me apresentou a calma, ensinou-me a amar genuinamente e a aproveitar cada segundo da vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por me permitir sonhar sem limites, proporcionando-me saúde, sabedoria, assim como sua condução divina para chegar até aqui.

Gostaria de agradecer ao meu alicerce, a base sólida, mas flexível, que me ensinou a sonhar alto, permitiu que me aventurasse e buscasse novas inspirações, vivesse novas aventuras, mas com fortes raízes e a consciência de que sempre teria um lar. Aos meus pais e minha avó, a quem pertenceu o sonho antes de ser meu, permitindo-me realizá-lo com todo apoio e cuidado. Assim como seus companheiros, que formaram juntos uma família acolhedora e a qual amo muito.

Agradecer aos meus irmãos, nos quais me inspiro, dedico-me e busco a cada dia ser exemplo, para que possamos ser suporte de carinho, amor, cuidado, além de compartilhar as conquistas e o que há de vir.

Agradecer ao meu companheiro, que representa meu porto seguro, ensinando-me a acreditar em mim, segurando na minha mão sempre que penso em desistir e caminhando comigo, apoiando e compartilhando das fantasias e imaginação.

Agradecer ao meu orientador, que esteve comigo, compartilhou seu conhecimento e ideias, apoiando-me e acreditando nas propostas de pesquisa, sempre com a frase “eu sei que você consegue”, passando-me confiança e conforto.

Agradecer aos meus amigos, com os quais compartilhei anos de rotinas, estudos, pesquisas, provas, viagens, choros e sorrisos, tornando mais leve toda a caminhada e, principalmente, mais marcante.

*“Agora eu quero ir,
Pra me reconhecer de volta,
Pra me reaprender e me apreender de novo”*

(Anavitória)

RESUMO

INTRODUÇÃO: Dentro do ambiente virtual que é cada vez mais dominado pelos jovens, há o surgimento de diferentes modos de lazer, destacando-se aqui as *lives streaming*. *Streamer* é o nome dado ao indivíduo que produz conteúdo e faz transmissões síncronas nas plataformas de *streaming*. A relação entre comunidade gamer, games, telespectadores e o próprio *streamer*, mostra-se cheia de influenciadores e para alguns pode significar um novo campo de trabalho. Diante dos altos índices de desempregos no Brasil, jovens que não encontraram espaços dentro do trabalho formal propriamente dito, vítimas de inúmeras políticas de austeridades, passaram a aventurar-se em novas profissões, tornando a atividade que antes tratada como lazer, torna-se uma fonte de renda. **OBJETIVOS:** Identificar e discutir o impacto do uso das plataformas por *streamers* no surgimento de novos eixos profissionais nos ambientes virtuais e cotidiano de jovens. **METODOLOGIA:** Trata-se de uma netnografia realizada na plataforma de streaming *Twitch*, em que foram assistidas 30 *lives* transmitidas por 3 *streamers* previamente selecionados. Foram elaborados diários de vivência, a fim de registrar as percepções diante do campo, sendo analisadas as *lives*, o perfil dos *streamers*, comentários, postagens e fragmentos dos vídeos. **RESULTADOS e DISCUSSÃO:** Os resultados mostram diferentes percursos dos *streamers* analisados, que possuem em comum o empreendedorismo que leva a profissionalização e o alinhamento com uma linguagem mercadológica para um ambiente de lazer. Apresentando-se a relação entre o influencer e o jogador profissional de eSport, profissões nas quais os jovens estiveram e/ou estão e expõe um estilo de vida, tem-se como resultado números altíssimos de seguidores, relacionando diretamente com o mercado virtual e evidenciando a política de massa, assim como condições laborais intensas, exigindo que os influenciados estejam sempre conectados. **CONCLUSÃO:** As plataformas de streaming e conseqüentemente os *streamers* mostraram-se um campo amplo em constante avanço, apresentando um espaço de influência daqueles que nele expõe um estilo de vida almejado pela juventude, encontrando-se por traz de tais fatores, uma população que sofre as conseqüências de políticas de austeridade tão presentes no Brasil, idealizando o trabalho em ambientes virtuais, como influencer ou pelos jogos virtuais, como uma oportunidade para melhora de condições de vida, alcançada por poucos.

Palavras-chave: Internet, Juventude, Trabalho, Streaming, Streamer.

ABSTRACT

INTRODUCTION: Within the virtual environment that is increasingly dominated by young people, different modes of labor have emerged, standing out here as streaming lives. Streamer is the name given to the individual who produces content and faces synchronous transmissions on streaming platforms. The relationship between the gamer community, games, viewers and their own streamer, shows up as influencers and for some it can mean a new field of work. Faced with two high numbers of unemployed in Brazil, young people who could not find jobs in two traditional fields of work, victims of numerous austerity policies, began to venture into new professions, returning to activities that were previously seen as leisure, as a source of salary truth **OBJECTIVES:** To identify and discuss the impact of the use of platforms by streamers in the emergence of new professionals in the virtual and daily environments of young people. **METHODOLOGICAL PROCESS:** This is a netnography carried out on the Twitch streaming platform, watched by 30 lives broadcast by 3 selected streamers. Experience diaries were prepared in order to record the perceptions in front of the field, being softened as lives, or profiles of two streamers, comments, posts and fragments of two videos. Taking into account the partial presentation, the presented items of the survey were presented. **RESULTS AND DISCUSSION:** The results show different trajectories of the analyzed population, being present in the absence of formal jobs, leading to the professionalization of a labor environment. Presenting a relationship between the influencer and the professional eS influencer, professionals in which young people and the door player and/or are and exhibit a lifestyle, we have very high numbers of followers, directly evidencing mass politics, as well as of intense working conditions, demanding that those influenced are always connected. **CONCLUSION:** The virtual world proved to be broad and volatile, presenting several influences that are exposed by a lifestyle crowded by youth, finding, as a result of these factors, a population that suffers the consequences of the austerity policies present in Brazil, idealizing or working in virtual environments, as an influencer or for virtual games, as an opportunity to improve living conditions.

Keywords: Internet, Youth, Work, Streaming, Streamer.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Live do estilo gameplay na plataforma Twitch transmitida pelo canal Gaules.	12
Figura 2 - Postagem no perfil do instagram de Gaules em direção ao campeonato de CS na Coreia do Sul.	23
Figura 3 - Página inicial do canal de Gaules na plataforma Twitch.	25
Figura 4 - Exemplo de comentários no canal do Gaules na plataforma Twitch.	26
Figura 5 - Entrevista dada por Coringa ao podcast Podpah transmitindo na plataforma Youtube.	28
Figura 6 - Página inicial do canal de LOUD Coringa na plataforma Youtube.	29
Figura 7 - Página inicial do canal de LOUD Coringa na plataforma Twitch.	30
Figura 8 - Primeira live disponível no canal do Youtube do Nobru.	32
Figura 9 - Premiação do Pêmio eSport Brasil 2019.	33

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	JUVENTUDES E CULTURAS	10
1.2	INTERNET E GAMES NO LAZER DE JOVENS	11
1.3	PROFISSIONALIZAÇÃO DO LAZER	15
1.4	JUSTIFICATIVA	16
2	OBJETIVOS	18
2.1	OBJETIVOS GERAIS	18
2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
3	PERCURSO METODOLÓGICO	19
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	21
4.1	SOBRE GAULES	22
4.2	SOBRE LOUD CORINGA	27
4.3	SOBRE NOBRU	31
4.4	SOBRE OS INFLUENCIADORES	34
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	37
6	REFERÊNCIAS	39

1 INTRODUÇÃO

1.1 JUVENTUDES E CULTURAS

A juventude é um conceito polissêmico, apresentando significados entre campos de conhecimento da Biologia, Psicologia e da Sociologia. “Esse trânsito ocorre por meio de aproximações conceituais, em um processo criativo, a serviço da comunicação, do entendimento e da solução de questões teóricas, metodológicas e operacionais” (TRANCOSO e OLIVEIRA, 2016, p.13). Bourdieu (1983) reforça que a juventude, assim como a velhice, é uma construção social estabelecida entre jovens e velhos, sendo a relação entre idade social e biológica complexa. Também traz que a juventude é um grupo de interesses comuns, não deixando de questionar a necessidade de diferenciá-las. Para Gonzales e Guareschi (2008), na análise do grupo em questão, cada noção de juventude veiculada como uma única visão do modo de ser jovem desconsidera o itinerário desse grupo e conseqüentemente a produção de sentidos e modos de ser, resultantes das circunstâncias as quais passaram, de acordo com cada período histórico e cultural, podendo dessa forma serem construídas várias singularidades, fazendo-se necessário definir as juventudes para o decorrer do trabalho e compreensão da população abordada.

Ferreira (2008) traz os conceitos de subculturas e contraculturas, proporcionando diferentes quadros analíticos perante o fenômeno de “culturas juvenis”. Dessa forma, subculturas são vistas como conexões sociais minoritárias sendo subordinadas a um modelo de domínio cultural, sendo a partir dessas filiações que se elaboram formas de reações a problemas e condições colocadas pelo grupo. A contracultura é entendida como aquela que se coloca a oposição da sociedade em que vivem, negando-se a ela integrar e promovendo novas práticas, valores e referências. Ainda é abordado o conceito de *(neo)tribos*, sendo utilizado “para classificar os atuais micro-grupos juvenis marcados por um estilo próprio e com uma visibilidade social espetacular e exótica.” (FERREIRA, 2008, p.98). Os conceitos abordados dizem sobre uma juventude contemporânea, a qual as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e comunicação se encontram inseridas na vida cotidiana das pessoas e principalmente dos jovens na formação de identidades juvenis.

Diante de uma juventude caracterizada pelo amplo acesso as tecnologias e dispositivos eletrônicos, amplia-se as tentativas de defini-la, utilizando de diferentes categorias com frágeis limites, permitindo a mobilidade dos jovens, podendo essa ser associada à mobilidade *style surfing*, na qual

cada mudança é entendida não como um processo disruptivo, mas como um progressivo movimento de continuidade e contiguidade estética e ética, no âmbito de uma coerência subjetiva socialmente balizada por zonas sociais de gosto que, embora dissociadas, não são consideradas incompatíveis ou antagonistas (FERREIRA, 2019, p.105).

Dessa forma, identifica-se nos ambientes virtuais, um meio de inserção juvenil, sendo esse influenciador e formador da identidade juvenil.

1.2 INTERNET E GAMES NO LAZER DE JOVENS

A Internet e os ambientes virtuais são uma realidade na vida contemporânea, angariando cada vez mais pessoas conectadas. De acordo com o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, no Brasil, em 2018, 70% da população usou a internet, sendo o principal dispositivo de acesso o celular, referindo-se a 97% desta população. Em termos de contratação de serviços on-line, 28% dos usuários contrataram serviços de *streaming* de vídeo (CETIC, 2019).

Streaming, na tradução direta, significa transmissão, referindo-se, a transmissão de dados de mídias como vídeos e músicas em redes sociais digitais. Plataformas de *streaming*, tais como *Spotify*, *Netflix*, entre outras, trouxeram para os indivíduos uma nova forma de consumir conteúdo, estando nessas os dados em rede, não havendo a necessidade de realizar downloads para o consumo, permitindo o acesso do usuário de acordo com o desejo. As *lives streaming* são um formato que ganhou maior visibilidade no Brasil durante a pandemia do COVID-19, devido ao surgimento de novas formas de entretenimento frente ao distanciamento social imposto em períodos da pandemia. As *lives* já eram bastante conhecidas, destacando as *lives* de estilo *gameplay*. Nesse estilo o *streamer*, indivíduo que produz conteúdo e faz transmissões síncronas nas plataformas de *streaming*, transmite todas as suas reações e experiências enquanto interage com o jogo eletrônico e relaciona-se com o telespectador através do chat.

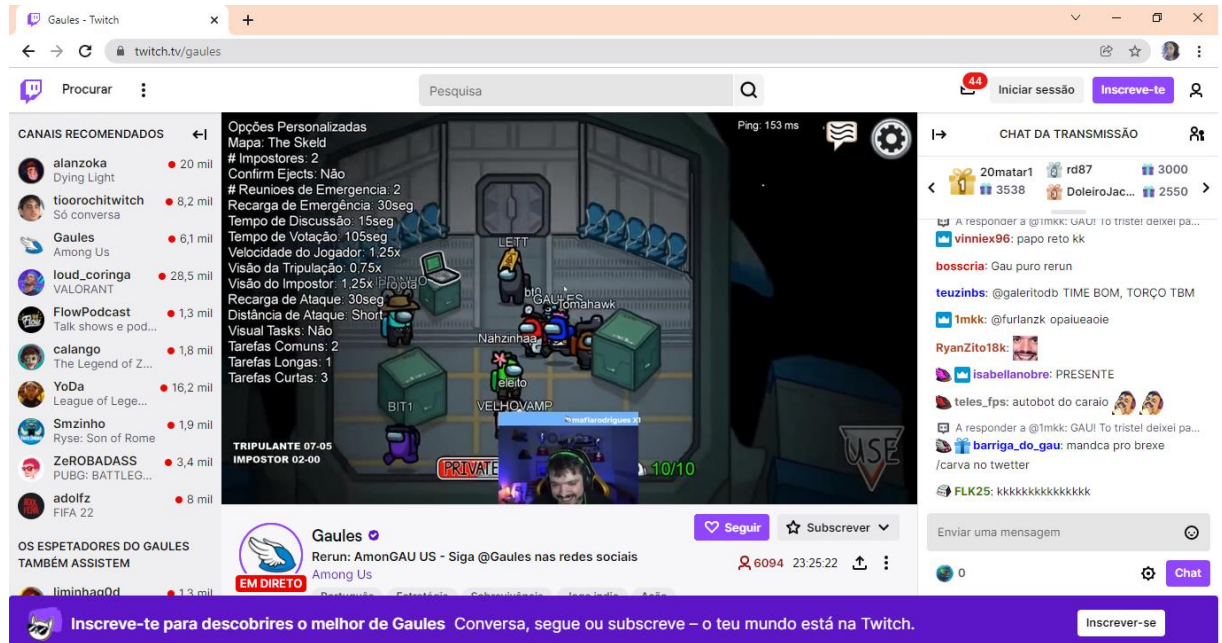


Figura 1 - Live do estilo gameplay na plataforma *Twitch* transmitida pelo canal *Gaulés*.

Existem diferentes plataformas focadas nesse estilo de conteúdo, o qual não se limita às *lives* de *gameplay*, estando presentes também os nichos: músicas, conversação, cozinha, entre outros. Avelino (2018) traz que dentre as plataformas de *streaming* a *Twitch* (Figura 1) é a plataforma mais utilizada, representando 96,3% da população investigada, seguido do *Youtuber Gaming*, *Cube TV* e *Facebook*, respectivamente.

A plataforma *Twitch* foi criada em 2005, chamada *Justin.tv*, com o intuito das pessoas gravarem e compartilharem o seu dia a dia, porém, devido ao pouco sucesso, em 2011 transformou-se em *twitch.tv* com foco nos jogos virtuais¹ e em 2014 foi comprada pela empresa *Amazon* por 970 milhões de dólares², o que ajudou ainda mais seu crescimento. A plataforma funciona como uma grande rede social digital, na qual estão presentes os telespectadores e os *streamers*, que produzem conteúdo e o compartilham em seus próprios canais. Na *Twitch*, o pico de canais existentes foi 30 de novembro de 2020, totalizando 233.935 canais³. Assim como a quantidade de canais, é elevada também a quantidade de pessoas consumindo conteúdo, chegando a uma média semanal de 3.219.044 espectadores.⁴

¹ Informação em <https://mktesports.com.br/blog/twitch/o-que-e-twitch/>, Acesso em 24 de Março de 2021.

² Informação em <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/08/twitch-confirma-venda-para-amazon-por-us-970-milhoes.html>. Acesso em 24 de Março de 2021.

³ Informação em <https://twitchtracker.com/statistics>. Acesso em 24 de Abril de 2022.

⁴ Informação em <https://twitchtracker.com/statistics>. Acesso em 22 de Abril de 2022.

As *lives gameplay* e a sua visibilidade tem reflexo do crescimento do eSporte, cada vez mais acompanhado em todo o mundo e batendo recordes até em relação aos esportes tradicionais, como em 2019 em que a final do campeonato de *Defence of the Ancients 2* (DOTA 2)⁵, *The International*⁶, bateu o recorde de mais de 1,9 milhão⁷ de espectadores assistindo simultaneamente, tendo uma premiação de 34.351.362 milhões de dólares⁸. Outro bater de recorde, principalmente de audiência, é o jogo *League of Legends*⁹, o qual no Campeonato Mundial de 2019 chegou a um pico de 44 milhões de espectadores simultâneos e 21,8 milhões de média por minuto¹⁰.

De acordo com a Confederação Brasileira de eSports os: Esportes Eletrônicos ou eSports são competições disputadas em games eletrônicos em que os jogadores atuam como atletas profissionais de esportes tradicionais e são assistidos por uma audiência presencial e/ou online, através de diversas plataformas de *streaming* online ou canais de TV (CBeS, 2021, s/p), tendo destaque a relação entre a modalidade esportiva e as plataformas de *streaming*, nas quais alcança-se milhões de espectadores. O crescimento do eSport no ambiente profissional, traz consigo uma nova modalidade de esporte, representando um processo de profissionalização, o qual não se limita ao surgimento de jogadores profissionais (pro-players), mas àqueles que através do jogo encontram lucratividade.

Considerando os alcances estratosféricos das plataformas de *streaming*, principalmente relacionados aos eSports, identifica-se uma cultura de massa destinada à uma grande parcela da

⁵ Defence of the Ancients 2, mais conhecido como DOTA2, é um jogo do estilo MOBA, arena de batalha multijogador online, no qual duas equipes, contendo 5 jogadores em diferentes posições, se enfrentam a fim de alcançar e destruir o Ancestral (torre) da outra equipe, resultando na vitória.

⁶ The International DOTA 2 é o campeonato mundial do jogo DOTA 2. “Baseando-se no modelo de circuito profissional, as disputas, organizadas por diferentes entidades, recebem os status de Major ou Minor de acordo com a importância e contam pontos para um ranking geral, que determina quais equipes garantem vaga direta ao campeonato. As outras seis vagas do The International são preenchidas por meio de qualificatórias.” (Stadler, 2019)

⁷ Informação em <https://maisesports.com.br/dota-2-ti-9-espectadores-simultaneos/>. Acesso em 22 de Fevereiro de 2021. "

⁸ Informação em <https://www.dota2.com/international/overview/?l=portuguese>. Acesso em 22 de Fevereiro de 2021.

⁹ “League of Legends é um jogo de estratégia em que duas equipes de cinco poderosos Campeões se enfrentam para destruir a base uma da outra.”. Disponível em <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/how-to-play/>. Acesso em 21 de Janeiro de 2022.

¹⁰ Informação em <https://globoesporte.globo.com/e-sportv/lol/noticia/mundial-de-lol-2019-tem-pico-de-44-milhoes-de-espectadores-simultaneos-veja-balanco-da-riot.ghtml>. Acesso em 22 de Fevereiro de 2021.

juventude compreendida para aquém e além das estruturas internas da sociedade, constituindo “um corpo de símbolos, mitos e imagens concorrentes com a vida prática e imaginária, um sistema de projeções e de identificações específicas” (MORIN, 1962, p. 15). Diante do perpasso de limites sociais identificados, a cultura de massa abre espaço para novas leituras, uma vez que ela aponta ao diálogo entre as culturas, integrando e se integrando ao mesmo tempo uma realidade policultura, em que transforma-se em regime de “produção em série, diminuindo o seu valor estético com o intuito de servir apenas para o consumo breve, fútil, imediato” (SOUZA, 2010, p. 7) caracterizando a constância produção de conteúdo por parte dos *streamers* e a inovação dos mesmos.

Perante à ultrapassagem dos demais limites estruturais da sociedade, como esperados pela cultura abordada, o *streaming* e o eSporte não se restringiram ao seu público, alcançando celebridades conhecidas como o jogador de futebol Neymar, que em 2020 estreou como *streamer* no seu canal da *Twitch* jogando diferentes estilos de jogos eletrônicos, alcançando um pico de 110 mil espectadores simultâneos¹¹. Também presente nesse cenário, encontra-se o músico brasileiro DJ Alok, que, antes mesmo do jogador Neymar, começou a *streamar* na plataforma BOOYAH!, estando presente no canal uma vez por semana, realizando campeonatos de jogos¹². Alok também ficou em alta na mídia após declarar a construção de uma casa para um *streamer* que realizava as *lives* em um quarto mofado o qual dividia com seus familiares e que se conheceram enquanto jogavam online¹³.

Imersos na perspectiva de entretenimento, viabilizado por um contexto pós guerra, após o avanço das lutas sindicais e nova lógica adotada no século XX pela economia, fez-se necessário fornecer tempo de consumo, buscando-se a inserção de trabalhadores no mercado, consequentemente exigindo novas percepções de lazer para além do descanso, iniciando-se o processo de mercantilização do mesmo (MORIN, 1962). Assim, as plataformas de *streaming*, ao se apresentarem como um ambiente de lazer e com tamanha visibilidade, expõe-se na verdade uma formação de mercado, que se expande a partir de uma relação transmidiática, envolvendo e agregando autores externos a esses espaços em busca da lucratividade e estimulando, cada vez mais, a transformação das plataformas, estando menos relacionadas ao

¹¹ Informação em <https://globoesporte.globo.com/esports/noticia/neymar-estreia-na-twitch-jogando-csgo-e-among-us-veja-como-foi-live.ghml>. Acesso em 24 de Março de 2021.

¹² Informação em <https://globoesporte.globo.com/e-sportv/free-fire/noticia/personagem-no-free-fire-alok-comecara-a-fazer-streams-do-jogo.ghml>. Acesso em: 24 de Março de 2021.

¹³ Informação em <https://maisesports.com.br/free-fire-alok-construir-casa-jovem-conheceu-no-jogo/>. Acesso em 24 de Março de 2021.

lazer e expondo a profissionalização dos influenciadores digitais relacionada ao mercado e lucratividade no meio.

1.3 PROFISSIONALIZAÇÃO DO LAZER PARA O ENTRETENIMENTO

Os *streamers* possuem em seus canais formas de remuneração do conteúdo produzido, podendo advir da transmissão de publicidades, como de doação dos próprios espectadores e inscrições no canal (Avelino, 2018), as quais dão aos inscritos vantagens, como: destaque nos comentários, diferenciação do nome, transmissão da *live* em maior resolução, dependendo da *live*, o acesso ao chat, sendo esse exclusivo para os inscritos, variando entre os canais. Determinadas formas de monetização das plataformas refletem no crescimento das mesmas, assim como a transformação de um espaço dito de lazer, o qual, cada vez mais pessoas estão aderindo.

Ao abordar sobre a monetização nas plataformas digitais, faz-se necessário a compreensão das condições laborais a que os jovens estão expostos. Ferreira (2019) aborda sobre a flexibilização das condições laborais, os quais se mostram menos estáveis e seguros, caracterizando uma condição de precariedade pelos mais jovens e influenciada pelo suporte social que estes recebem. Dessa forma aqui se encontra as mudanças das condições de trabalho, assim como os campos em que esses jovens estão inseridos.

No documentário *free to play*, de 2014¹⁴, (NETFLIX, 2021) é apresentado o percurso de 3 jovens que competiram no campeonato *The International* de DOTA2 em 2011, sendo a primeira edição e na qual o prêmio do primeiro lugar chegou a um milhão de dólares. Durante todo o documentário é possível identificar as barreiras enfrentadas pelos jovens ao decidirem estabelecer uma carreira não tradicional, sendo também possível reconhecer um processo de capitalização do lazer, através do qual muitos são inseridos no eSport, levando à profissionalização dos jovens nesse ambiente.

De acordo com o relatório da SuperData¹⁵, firma especializada nas movimentações financeiras da indústria dos games, responsável pela análise de mercado, em 2019 as

¹⁴ Disponível em <https://www.netflix.com/search?q=free%20to%20&jbv=81438157>. Acesso em 21 de Janeiro de 2022.

¹⁵ Disponível em <https://www.superdataresearch.com/2019-year-in-review/>. Acesso em 22 de Janeiro de 2022.

companhias de games movimentaram 120,1 bilhões de dólares, sendo esse valor recorde. Referindo-se às plataformas de *streaming*, os conteúdos relacionados a jogos foram responsáveis pela arrecadação de 6,5 bilhões de dólares. Tais números evidenciam ainda mais o crescimento do mercado dos jogos, tornando-se uma ferramenta de trabalho a partir do momento em que se alia ao mercado.

Fuchs (2008) propôs o processo de análise e compreensão dos impactos no mundo virtual, compreendendo as Tecnologias de Informação e Comunicação, moduladas pela sociedade e os aspectos midiáticos que estão envolvidos nessas, buscando compreender as TICs, não num sentido de exclusão de aportes tecnológicas, mas através da relação sócio construtiva com a sociedade, considerando que essa é responsável por moldar, projetar, alterar e influenciar as tecnologias que estão iminentes a ela. Compreender o impacto desse ramo do trabalho e dos games dirá sobre uma nova forma de juventude dentro do ambiente virtual, além dos aspectos midiáticos que estão envolvidos nas TICs, que já são explorados pela mídia perante uma relação direta com o marketing e o mercado.

1.4 JUSTIFICATIVA

Os jogos eletrônicos são muitas vezes compreendidos como um espaço de lazer, ocasionando em momentos de interação, porém, ao serem incorporados nas redes virtuais da Internet, foi-se tomando proporções maiores, ultrapassando os limites socialmente construídos, chegando entre outros, ao entretenimento e a um espaço profissional.

Por vezes, a decisão de tornar os jogos eletrônicos como uma atividade significativa e laboral, mostra-se como alternativa ao desemprego e escassez de ofertas de vagas formais as novas gerações, sendo reflexo das políticas de austeridades sofridas nos últimos anos que não resguardam direitos e oportunidades. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, no quarto trimestre de 2020, o Brasil possuía 13,9% da sua população desempregada. Diante da população entre 18 e 24 anos, eram 29,8% de desempregados (IBGE, 2021). Essa situação pode estar associada à condição de precariedade laboral a que os jovens estão expostos. Ferreira (2019) aborda sobre as mudanças que estaremos a presenciar sobre ciclos menos lineares e mais em espirais, estando cada vez mais vertiginosos e arriscados. Esse quadro de precariedade não está diretamente relacionado à qualificação dos jovens,

considerando o aumento expressivo dessa, mas sim às condições que o campo laboral oferece, como demonstra no seguinte trecho relativo à população portuguesa

A desigualdade que se faz sentir entre diferentes gerações no campo laboral estará a gerar mal-estar e sentimentos de injustiça relativa, quando muitas vezes numa mesma organização ou empresa, hoje, os mais jovens assumem as mesmas tarefas ou até tarefas mais relevantes e exigentes (muitas vezes relacionadas com novas competências, digitais e outras) que os trabalhadores mais velhos, mas com remunerações, formas contratuais e de proteção social bastante mais desfavoráveis (FERREIRA, 2019, p. 8.).

De acordo com Silva (2020) a geração *millenials*, também conhecida como geração *Y*, difere entre quem a determina, mas sendo datada com início entre 1979 e 1981 e com o fim entre 1994 e 2000. Tomaz (2013) conceitua a geração como um lugar que oferece recursos sociais e culturais para que os indivíduos que a ela aderirem tenham acesso a técnicas que, exercidos sobre eles mesmos, abram-lhes novas formas de subjetivação. Entretanto, nota-se um bloqueio do ambiente de trabalho no qual o jovem não se encaixa e se vê na necessidade de encontrar novas estratégias, que juntamente com o aspecto catalisador da Internet, veiculando as informações, encontra-se um processo de categorização das profissões. Para Pais e Ferreira (2010) tal condição resulta na mudança e não percepção de marcadores para o avanço da vida adulta, como a saída da casa dos pais.

Considerando que as plataformas de *streaming* são movimentadas pelos *streamers* que nelas estão inseridos, produzindo conteúdo e relacionando-se com uma cultura de massa, buscou-se analisar as plataformas através da análise netnográfica perante à perspectiva de tais influenciadores, explorando o processo profissionalização, os aspectos presentes nesse, buscando discutir o papel da formação de uma nova profissionalidade, assim como os impactos no cotidiano de jovens que usufruem das ações em tais ambientes digitais.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Identificar e discutir o impacto do uso das plataformas por *streamers* no surgimento de novos eixos profissionais nos ambientes virtuais e cotidiano de jovens.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Levantar dados em relação a plataforma de *streaming*;

Identificar e discutir o papel da plataforma de *streaming* na formação de uma nova profissionalidade;

Identificar e discutir as identidades juvenis transformadas a partir cultura gerada em torno do entretenimento.

Identificar e discutir o impacto no cotidiano de jovens.

3 PERCURSO METODOLÓGICO

O presente trabalho utilizou o aporte metodológico da Netnografia, sendo um método de pesquisa baseado em elementos da etnografia, buscando, dentro dos ambientes virtuais, a inserção e compreensão de fenômenos culturais, através dos seguintes procedimentos: Definição dos tópicos a investigar; Identificação e seleção da comunidade; Observação participante da comunidade e coleta de dados; Análise de dados e interpretação iterativa dos resultados; Redação, apresentação e relato dos resultados de pesquisa e/ou suas implicações teóricas e/ou práticas (KOZINETS, 2014).

Através do referencial teórico elencado e as análises em plataformas de *streaming* que transmitem a modalidade de *lives* no estilo *gameplay* e que se encontram ativas no Brasil, foi identificado que a plataforma *Twitch* é a mais utilizada e com maior quantidade de espectadores, sendo evidenciado por Avelino (2018). Dessa maneira, a população de estudo foi indivíduos que utilizam e produzem conteúdo, principalmente no estilo *gameplay*, na plataforma *Twitch*, há mais de 3 meses, sendo selecionados três canais. A seleção ocorreu de acordo com o ranking¹⁶ de canais na *Twitch* em língua portuguesa o qual se baseia em números como tempo de transmissão, horas assistidas, total de seguidores, entre outros, sendo selecionados aqueles dentre os tops 10 e com maior disponibilidade de conteúdo, incluindo bibliográfico, na internet. No Quadro 1 está uma breve descrição dos participantes e os seus números nas principais redes sociais:

Quadro 1- Descrição dos indivíduos¹⁷

NOME DO STREAMER	IDADE	NOME DO CANAL NA TWITCH	NÚMERO DE SEGUIDORES NA TWITCH	NÚMERO DE SEGUIDORES NO INSTAGRAM	NÚMERO DE SEGUIDORES NO YOUTUBE	PRINCIPAL CATEGORIA DAS LIVES
GAULES	37 anos	Gaules	3,4 milhões	1,6 milhão	702 mil	Counter-Strike
CORINGA	23 anos	Loud_Coringa	3 milhões	10,4 milhões	5,76 milhões	GTA
NOBRU	19 anos	Nobru	3,7 milhões	13,2 milhões	13,3 milhões	Free-fire

¹⁶ Disponível em <https://twitchtracker.com/channels/ranking/portuguese>. Acesso em 7 de Agosto de 2021.

¹⁷ Informações coletadas na data 13 de Abril de 2022.

Na busca pela observação participante da comunidade virtual, foi criada uma conta na plataforma *Twitch* pela pesquisadora, através da qual, nos canais selecionados, foram assistidas um total de 30 *lives* pelo período de quatro meses, sendo entre setembro e dezembro do ano de 2021, a fim de conhecer e compreender como ocorre a relação do *streamer* com o jogo, com o chat, através do qual os espectadores se relacionam com o influencer, e a dinâmica de cada canal. Também foram analisadas reportagens referentes à população e assistidas entrevistas fornecidas a outros canais de podcasts, que também possuem características de *lives*, o que permitiu compreender a rotina e o histórico de cada *streamer* perante a sua profissionalização. A leitura do chat e análise dos comentários se mostrou bastante difícil, devido a sua velocidade e alta quantidade de comentários enviados simultaneamente.

Durante o período de imersão foram elaborados diários de vivência, a fim de registrar as percepções diante do campo. Também foram analisados comentários, postagens e fragmentos dos vídeos, elencando a pesquisadora os conteúdos mais relevantes para a discussão. Os critérios de inclusão foram: indivíduos que estão no ranking de *streamers* em língua portuguesa, os quais realizam *lives* com periodicidade semanal e que têm isso como profissão. Dentro do critério de exclusão estão indivíduos que realizam *lives* em outras plataformas que não seja a *Twitch*, não sendo considerado como critério de exclusão a transmissão mútua.

Para a apresentação e relato dos resultados da pesquisa foram abordados o conteúdo coletado nas entrevistas assim como esse se relaciona com a análise obtida nas *lives* e a influência nos modos de vida juvenil. Devido aos dados inseridos disponibilizados nas redes, não se faz necessário a submissão do trabalho ao Comitê de Ética, sendo aceitas a divulgação dos conteúdos a partir do momento em que se insere nas redes sociais digitais.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Compreender o papel do *streamer* pode parecer um grande desafio, mas ao analisar os estudos (ARAÚJO, 2009; DE MEDEIROS SANTOS et al., 2016; LOPES et al., 2016), pode-se associar o *streamer* à um *digital influencer*, o qual compartilha as suas experiências de forma contínua, sendo sua ferramenta principal as *lives*. De acordo com De Medeiros Santos, Da Silva e Dos Santos (2016) o termo *digital influencer* designa-se a usuários que utilizam de sua popularidade em determinada rede social para divulgar um estilo de vida e até mesmo produtos de uma determinada marca patrocinadora. Mariano et al (2017) sugere que “o *digital influencer* é o indivíduo que possui uma grande quantidade de seguidores em suas redes sociais, meio onde realiza a troca de informações sobre produtos e de suas experiências com eles”. No caso dos *streamers* aqui abordados, a experiência principal refere-se aos jogos.

Ao analisar o ambiente que os *streamers* estão inseridos, nos quais produzem e compartilham suas vivências e desafios com àqueles que se identificam e envolvem com o conteúdo, a plataforma torna-se uma rede social. De acordo com Tomaél (2007), as redes sociais são um conjunto de pessoas conectadas, podendo ser seu elo os relacionamentos sociais, motivadas pela amizade, relações de trabalho ou trocas de informações. O que difere as redes sociais virtuais das tradicionais, para Damásio, Nunes e Sobral (2014), é o fato do conteúdo nela compartilhado ficar arquivado, o que permite que aqueles que acessam possam recuperá-lo. Alcará et al. (2006), trazem que os indivíduos inseridos em redes sociais interagem entre si, o que, quando utilizado de forma estratégica, pode gerar competitividade organizacional, sendo exemplo disso o próprio índice e metas dentro das plataformas para a conquista de contratos, assim como as recompensas geradas de acordo com os alcances numéricos de visualizações. Dessa forma, para os três *streamers* analisados, as redes sociais tornam-se o ambiente principal do trabalho, do lazer e das diversas interações sociais que estabelecem, sendo representado no Quadro 1, os altos números alcançados pelos mesmos, os quais não se limitam à principal rede na qual estão inseridos e realizam as *lives* (*Twitch*), mas outras, como o *instagram*, que permitem a propaganda e disseminação do conteúdo produzido.

Diante dos percursos e possíveis motivos que levam um indivíduo a querer tornar-se um *digital influencer*, Mariano et al (2017) baseia-se em duas principais teorias descritas por Henning-Thurau et al. (2004) e Goyette et al. (2010), propondo uma relação entre ambas, sugerindo que

fatores que motivam um digital influencer estão associados a uma necessidade pessoal de compartilhar experiências positivas e negativas, ao mesmo tempo que alertar a outros clientes sobre possíveis problemas que os mesmos possam sofrer” assim como “tem uma característica muito voltada ao seu benefício pessoal, mas que ainda assim serve a outros consumidores”. (MARIANO ET AL, 2017, p.562)

O compartilhamento de tais experiências ocorre dentro de um perfil sustentado pelos influencers, aderindo a eles características únicas e reconhecedoras, como um *modus operandis*, reproduzindo um estilo, “refletindo a formatação de um determinado perfil, ou uma profissionalização deste tipo de personalidade”. Dessa maneira, apresentou-se separadamente cada personalidade, através da análise das *lives* e perfil estabelecido dentro de determinado ambiente (Barreiro, 2017, p.130).

Através dos objetivos definidos, foram analisadas as trajetórias dos influencers elencados, apresentando-as a seguir de maneira individualizada através dos seus percursos até a relação com as plataformas digitais, assim como o perfil de cada um no ambiente em questão.

4.1 SOBRE GAULES

Alexandre Borba Chiqueta, nascido em 1983 (38 anos), mais conhecido pelo seu codinome Gaules, realiza *lives* em seu canal na *Twitch* (Gaules) desde 2018 e é ex-jogador profissional de *Counter-striker*¹⁸ (CS).¹⁹ O *streamer* contou sua história em um podcast de grande prestígio, Flow podcast²⁰, resultando em mais de 5 milhões de visualizações.

Gaules iniciou sua jornada no eSport através de um amigo, que o apresentou ao *Contra-Strike*. A partir disso, o *streamer* passou a frequentar a *lan house Monkey Tatuapé*, perto de sua casa, a qual possuía um time profissional do eSport, tornando-se um dos objetivos de Gaules compor a organização. Diante da falta de condições financeiras para treinar no estabelecimento,

¹⁸ Counter-Strike é um First-Person Shooters (FPS), ou seja, um jogo em que a visão do personagem é em primeira pessoa e a mesma do jogador. É uma série de jogos de tiro, na qual duas equipes competem em várias rodadas de modos de jogo baseados em objetivos com o objetivo de vencer rodadas suficientes para vencer a partida. Informação disponível em <https://ge.globo.com/esports/csgo/noticia/csgo-skins-facas-armas-mapas-patentes-esports-tudo-sobre-o-fps.ghtml>. Acesso em 12 de Março de 2022.

¹⁹ Informação disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Gaules>. Acesso em 21 de Abril de 2022.

²⁰ Informação disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=vStgnVQtyeA&t=14s>. Acesso em 29 de Outubro de 2021.

o ex-jogador aproveitou todas as oportunidades para praticar, assumindo os computadores sempre que alguém se ausentava, além de insistir diariamente por uma oportunidade. Tal comportamento levou a criação de um time júnior e a responsabilização de Gaules por liderá-lo e organizá-lo, recebendo a permissão para treinar nos equipamentos quando estivessem desocupados. Ao acompanhar a equipe principal em um campeonato e ter que assumir a posição de um dos jogadores, Gaules conquistou de vez sua vaga no time²¹. Porém, seu cargo não durou muito tempo, devido a uma reorganização da equipe, o que levou o ex-jogador a criar de seu próprio time, o g3nerationX (g3x).

Em 2001, a g3x disputou na Coreia do Sul a final mundial de um dos torneios que estava competindo. Perante a viagem, Gaules abdicou dos poucos vestibulares que existiam, demonstrando um processo de profissionalização do ambiente e a atuação como jogador profissional, a qual exigia uma rotina de treinamento entre 10 e 16 horas diárias, seguida pelo *streamer* por quase 10 anos.



Figura 2 - Postagem no perfil do instagram de Gaules em direção ao campeonato de CS na Coreia do Sul.

Após tal período, Gaules passou a transitar de jogador para treinador, migrando de uma profissão nova e instável, para outra de mesmo perfil, perpassando a relevância individual no ambiente virtual e relacionando-se com uma prática profissional (KARHAWI, 2017). O ex-jogador descreve o período como um efeito rebote, isso devido o início de uma graduação em marketing e a busca por empregos mais formais, conquistando vagas em grandes empresas, como a Samsung, inserindo-se em profissões atuantes no entretenimento, na busca pela relação, mesmo que informal, com o mundo do games virtuais.

²¹ <https://ge.globo.com/esports/csgo/noticia/quem-e-gaules-a-historia-do-estreamer-brasileiro-de-sucesso.ghtml>. Acesso em 29 de Outubro de 2021.

Após investimentos errados e a não identificação com o campo profissional que se encontrava no momento, Gaules se viu em complicações com a sua saúde mental, sendo diagnosticado com depressão severa, chegando a tentativa de suicídio. Tal período vivido pelo *streamer*, associa-se a característica da modernidade tardia, a percepção da aceleração temporal, na qual quanto mais se produz, menos tempo se tem, logo quanto menos tempo se tem, mais rápido se deve produzir, diluindo-se as fronteiras no ambiente de trabalho e lazer a partir do uso dos novos recursos tecnológicos informatizados (ROSA, 2012).

Reforçado por Severiano (2013), diante do avanço tecnológico e a busca pelo tempo, identifica-se a aceleração social. Ao dizer respeito à uma esfera de circulação de bens de consumo, para nela permanecer é necessário a luta por um lugar de reconhecimento social, dessa forma

“temos que nos mostrar constantemente interessantes, divertidos, bem relacionados, atrativos e ‘sarados’, sob o risco de perdermos o emprego, ou a namorado(a) ou mesmo o interesse de nossos familiares. Tudo isto requer tempo, habilidades e estilo, seja no uso das tecnologias miniaturizadas, seja no consumo de bens e serviços, seja no ‘investimento’ de si próprio.” (SEVERIANO, 2013, p.275)

Gaules, ao encontrar-se sem condições de se sustentar ou uma rede de apoio, iniciou as *lives* como uma última alternativa, após o questionamento: *quê que eu tenho?*. Cada transmissão era composta por uma meta de arrecadação, na busca do que era necessário para sua sobrevivência no mês: o aluguel, os remédios de tratamento da depressão e uma refeição por dia. Juntamente com o novo investimento, vieram as críticas por aqueles que compunham o mercado em que o ex-jogador esteve inserindo, sendo considerado por muitos como uma “piada”. Nos primeiros meses, as *lives* tiveram uma média de 5 a 15 pessoas assistindo, havendo o *streamer* que encontrar novas formas de engajamento, o que levaria ao aumento desse número.

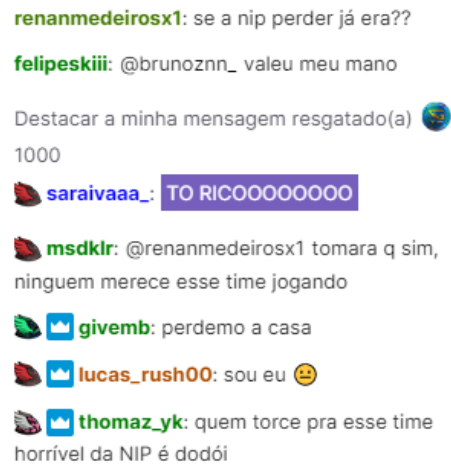


Figura 4 - Exemplo de comentários no canal do Gaules na plataforma *Twitch*.

O principal conteúdo transmitido por Gaules é baseado no jogo *Countra-striker*, sendo intercalado entre *gameplays* e campeonatos. Nos últimos anos, Gaules buscou conhecer ainda mais sua comunidade e com base nisso direcionar seu conteúdo, expandindo para jogos semelhantes ao CS até jogos tradicionais, como basquete, sendo o primeiro canal do mundo a transmitir de forma oficial o campeonato National Basketball Association (NBA)²², Fórmula 1, transmitindo no final de 2021 o Grande Prêmio do Brasil de Fórmula 1²³, e futebol, fechando parceria para a transmissão de 16 jogos do Campeonato Carioca de futebol em 2022²⁴.

Atualmente, o canal do influencer encontra-se 24 horas online, ou seja, mesmo que não esteja realmente ao vivo, seu canal está transmitindo algo, sendo vídeos e *lives* anteriores, alcançando os diferentes públicos em seus determinados horários, possuindo, nos últimos 30 dias, um total de 720 horas de transmissão²⁵. Dessa maneira, apresentam-se, através das novas tecnologias, estratégias de invasão da lógica produtivista, encontrando-se no contexto laboral a expansão das atividades de forma sorrateira, via diferentes dispositivos, como próteses tecnológicas dos indivíduos, em diferentes âmbitos, a disponibilização do trabalhador praticamente 24 horas por dia. (SERVERIANO, 2013).

²² Informação disponível em <https://dotesports.com/streaming/news/gaules-partners-with-nba-will-broadcast-games-on-his-twitch-channel>. Acesso em 21 de Abril de 2022.

²³ Informação disponível em https://www.espn.com.br/esports/artigo/_id/9511096/gaules-transmite-grande-premio-sao-paulo-twitch. Acesso em 21 de Abril de 2022.

²⁴ Informação disponível em <https://www.lance.com.br/fora-de-campo/cariocao-2022-fecha-acordo-com-gaules-e-ronaldo-tv-para-transmissoes-na-web.html>. Acesso em 21 de Abril de 2022.

²⁵ Informação disponível em: <https://twitchtracker.com/channels/ranking/portuguese>. Acesso em 15 de Abril de 2022.

Portanto, identifica-se aspectos presentes na modernidade tardia, os quais caracterizam uma população com amplo acesso as inovações tecnológicas, que influenciam no estilo de vida juvenil, representando a aceleração temporal, refletida nas condições de saúde e a conexão por cada vez mais tempo, fragilizando certos limites entre as esferas e nos diferentes âmbitos.

4.2 SOBRE LOUD CORINGA

Victor Augusto Camilo Costa, mais conhecido como Coringa, é natural de Belo Horizonte, no estado de Minas Gerais, nascido em 1998 (23 anos), realiza *lives* em seu canal na *Twitch* (LOUD Coringa) e é ex-jogador profissional de *free-fire*²⁶. O influencer esteve em dois podcasts compartilhando um pouco da sua história no mundo dos eSports e do *streaming*, sendo a primeira vez no podcast “Eu fico Loko”²⁷, dia 30 de dezembro de 2020, resultando em mais de 748 mil visualizações, e a última entrevista no podcast “Podpah”²⁸, no dia 6 de outubro de 2021, o qual, em menos de 24 horas, já havia alcançado mais de 1 milhão e 700 mil visualizações.

²⁶ “Free Fire é um jogo de categoria Battle Royale, ou seja, um estilo de jogo em que o objetivo principal é ser o único sobrevivente entre dezenas de jogadores vivos no mesmo mapa. cada jogador cai de paraquedas em uma cidade abandonada (mapa) em busca de armamentos e suprimentos que ficam espalhados pelo chão. Vence aquele jogador (ou time) que sobreviver a todos os adversários.” (TARTAGLIA, 2020)

²⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=y671CFD8jJg>. Acesso em 4 de Outubro de 2021.

²⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6Mv4ujxyjuk>. Acesso em 7 de Outubro de 2021.

mais lançamentos e empenho no desenvolvimento de novos produtos. O tempo dedicado ao jogo foi aumentando, abdicando da faculdade e o trabalho com o pai.

Após a oportunidade de jogar com um youtuber com muitas visualizações, Crusher, o público começou a pedir mais parcerias, além de elogiar o desempenho de Coringa. O youtuber incentivou o ex-jogador a iniciar um canal no Youtube de estilo *gameplay*, não existindo a necessidade de webcam, somente o compartilhamento da *gameplay*. Apesar da resistência, devido a outro canal que teve e *flopou*³⁰, Coringa apostou na ideia, mas preocupado com as maneiras de monetização do seu canal, sendo repreendido sobre o foco, devendo começar a compartilhar somente pelo interesse no jogo e futuramente, após possuir um público considerável, pensar na parte monetária da atividade.



Figura 6 - Página inicial do canal de LOUD Coringa na plataforma Youtube.

Diante da dedicação necessária para a manutenção de seu canal, o ex-jogador passou a investir em sua carreira de jogador profissional, competindo juntamente com grandes nomes do cenário. No final do ano de 2018, foi convidado para fazer parte de um time profissional de *free-fire* que seria lançado, LOUD, pelos principais youtubers do jogo na época, sendo em fevereiro de 2019 o lançamento do time, o que definiu, oficialmente, sua carreira na área³¹.

A predominância do passageiro, temporário, se impõe diante de um tempo acelerando e perante a perspectiva da sociedade da performance (EHRENBERG, 2010), os influencers tornam-se a principal mercadoria que requer constantes inovações. É uma nova forma de

³⁰ Termo utilizado para referir-se a algo que fracassou, derivado da palavra Flop em inglês, a qual significa fracasso.

³¹ Informação disponível em <https://ge.globo.com/esports/noticia/quem-e-loud-coringa-historia-idade-e-mais-sobre-o-streamer.ghtml>. Acesso em 21 de Abril de 2022.

já está realizada e ao seu alcance. Depende apenas de você!” (SEVEARIANO, 2013, p.), o que induz a acessibilidade ao modo de vida, pacificando-se as necessidades e desejos via consumo e gratificando-se através do mesmo. Além disso, a cultura industrial proclama da felicidade e o sucesso através do consumo dos desejos materializados, do simples ao luxuoso, bastando personalidade com elementos como proatividade e empreendedorismo.

4.3 SOBRE NOBRU

Bruno Goes, mais conhecido como Nobru, natural de São Paulo, no estado de São Paulo, nasceu em 2001 (20 anos), e é jogador profissional de *free-fire*, *streamer* e empresário³⁴.

Quando pequeno, Nobru possuía o sonho de ser jogador profissional de futebol, o que resultou em uma infância e adolescência dedicadas ao esporte. O sonho de jovens em encontrar no esporte tradicional, através da prática, a oportunidade de ascensão profissional, pode-se associar a identificação de contexto semelhante aos de grandes jogadores profissionais, dentre os quais é possível identificar históricos de desigualdade social e pobreza. Faz-se necessário evidenciar a indústria esportiva presente, a qual produz através dos grandes eventos esportivos, juntamente ao interesse de mercado, o esporte espetáculo, gerando o consumo de diferentes produtos e práticas relacionados a ele (NOGUEIRA, 2011).

Ao se ver inserido apenas em clubes pequenos, o jogador concluiu que seria melhor tentar outras alternativas à profissão e, mesmo em desacordo do pai, prestou vestibular para o curso de análise de sistemas, ganhando uma bolsa de estudos de 50%, porém sem condições financeiras para o pagamento das mensalidades, descartando a opção³⁵.

Ainda em dilema de como seguiria sua vida profissional, enquanto ficava em casa, o *streamer* dedicou seu tempo ao jogo *free-fire*, não possuindo um celular próprio para jogar, utilizando o de sua avó e do pai³⁶. Após perceber que tinha um bom desempenho, decidiu transmitir suas partidas pelo Youtube, criando seu canal no mesmo. Dessa maneira, aos poucos,

³⁴ Informação disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Nobru>. Acesso em 19 de Abril de 2022.

³⁵ Informação disponível em <https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/capa-bruno-nobru-neymar-games-free-fire/>. Acesso em 20 de Abril de 2022.

³⁶ Informação disponível em: <https://www.facebook.com/nobrumvp/videos/a-hist%C3%B3ria-do-nobru/896939930811027/>. Acesso em 21 de Dezembro de 2021.

o lazer foi adquirindo forma de mercadoria e assumindo caráter do capitalismo (MASCARENHAS, 2006).

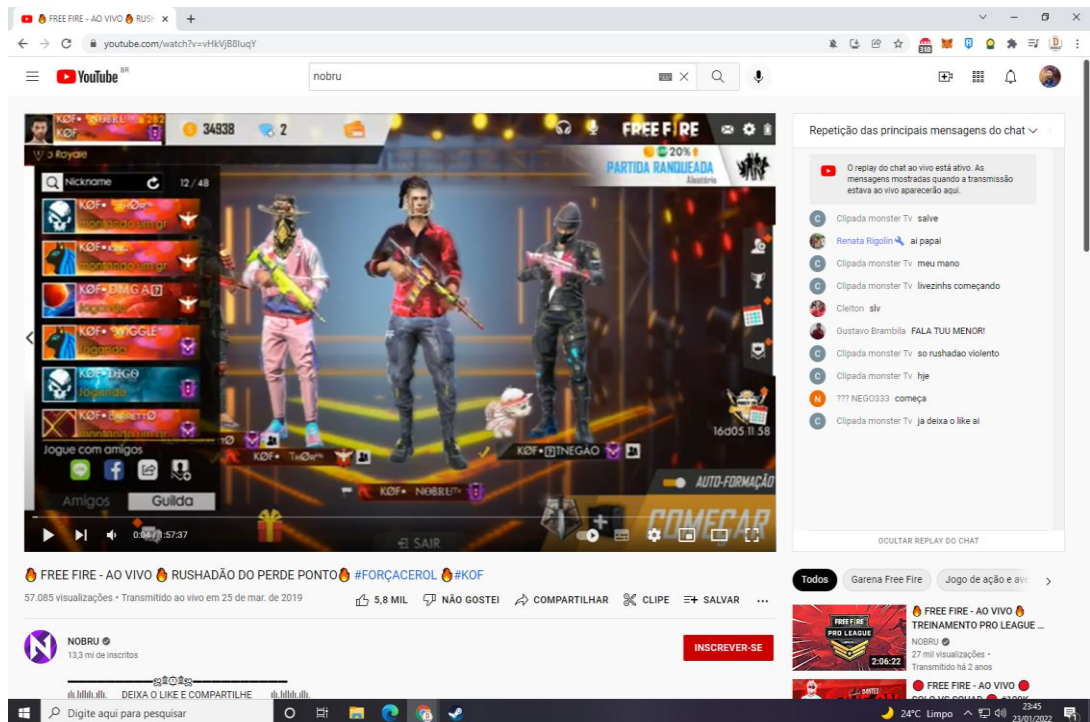


Figura 8 - Primeira live disponível no canal do Youtube do Nobru.

A habilidade e carisma do jogador resultaram em grandes números de *views*, dedicando o mesmo a *streamar* e ao objetivo de se tornar um jogador profissional, melhorando cada vez mais seu desempenho. No ano de 2019, Nobru passou a compor o time de eSports do Corinthians, que ingressou no cenário competitivo de *free-fire* após a aposta em ser representado por uma escalação que já estava nas competições, chamada anteriormente de Bando de Loucos (BDL), evidenciando cada vez mais a transformação do lazer em mercadoria (MASCARENHAS, 2006), atraindo investimento de grandes clubes da indústria esportiva para o eSport, representando juntamente a mercantilização dos jogadores já inseridos no meio,

No ano, o time conquistou dois títulos em torneios relevantes, sendo eles a *Pro League Season 3* e *Free Fire World Series*, campeonato mundial do jogo. Além da conquista em equipe, o atleta foi considerado o "*Most Valuable Player*" (MVP) da competição, sendo intitulado o melhor jogador de *free-fire* do mundo³⁷. Ainda em 2019, Nobru concorreu ao Prêmio eSports

³⁷ Informação disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/11/free-fire-nobru-comenta-mvp-e-titulo-do-corinthians-no-mundial-esports.ghtml>. Acesso em 21 de Dezembro de 2021.

Brasil 2019, sendo campeão em três categorias: Craque da galera, Melhor atleta do ano e melhor atleta de *free-fire*. Além disso, a organização pela qual competiu no ano, Corinthians *Free-Fire*, conquistou o prêmio de melhor organização do ano³⁸.



Figura 9 - Premiação do Pêmio eSport Brasil 2019.

No dia 6 de Janeiro de 2021, o jogador declarou sua saída da organização do Corinthians, anunciando no dia 18 do mesmo mês, juntamente com Cerol, *streamer* e jogador profissional da mesma modalidade, a criação da própria organização de eSportes, o Fluxo, pela qual compete atualmente³⁹. Devido ao amor pelo futebol, considerando jogador de futebol Neymar como seu maior ídolo, e seu alto desempenho como jogador profissional, Nobru é nomeado de “Neymar dos games”, faturando a sua organização, o Fluxo, mais de 1 milhão de reais por mês⁴⁰.

O *modus operandis* do *streamer* em suas *lives* é estabelecido pelo bom desempenho nas partidas do jogo virtual, apresentando ele uma postura de concentração nas *gameplays*, mas sempre que possível, interagindo com o chat. Além disso, possui um bordão conhecido pelos seus seguidores, "Nobruzeira apelãoooooooo", utilizado principalmente quando realiza uma jogada bem sucedida e sendo comentado com frequência através do chat pelos seus seguidores, para além do mundo virtual, por crianças, adolescentes e jovens que estão inseridos no mesmo.

³⁸ Informação disponível em: <https://www.theenemy.com.br/esports/vencedores-premio-esports-brasil-2019>. Acesso em 21 de Dezembro de 2021.

³⁹ Informação disponível em: <https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/fluxo-free-fire.html>. Acesso em 20 de Dezembro de 2021.

⁴⁰ Informação disponível em <https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/capa-bruno-nobru-neymar-games-free-fire/>. Acesso em 21 de Abril de 2022.

A principal plataforma de *streaming* para qual o influencer produz conteúdo é a *Twitch*, na qual possui um contrato milionário⁴¹, apesar disso, o seu canal no YouTube é bastante ativo e em muitas vezes ocorre a retransmissão, ou seja, transmite simultaneamente a *live* em ambas plataformas. No mês de março de 2022, Nobru foi o streamer brasileiro de *free-fire* mais assistido na Twitch, acumulando 477 mil horas assistidas e transmitindo um total de 62 horas⁴². Assim, a transição do processo de profissionalização como jogador futebol para a de jogador de jogos virtuais, como um de seus pioneiros, reforça ainda mais a abertura desse mercado no ambiente virtual, juntamente com um mercado esportivo já consolidado e investidor em determinado ambiente.

4.4 SOBRE OS INFLUENCIADORES

Rodrigues (2008) traz que a modernidade avançada se constitui num contexto em que os indivíduos detêm, incoerentemente, maior liberdade de escolha nas suas vidas cotidianas e no seu trajeto biográfico, mas onde também, por isso mesmo, estão expostos a uma maior margem de incerteza e de risco. [Assim, os influenciadores, ao optarem por novas profissões, abdicam, teoricamente, de uma profissão de maior estabilidade para áreas nas quais o risco e a incerteza predominam.](#) Também é sustentado que a ordem social da modernidade é representada por um pós-tradicional, na qual há quebra da escassez de dúvidas e questionamentos para uma nova ordem “baseada na reflexividade, como propulsor civilizacional, a questão de ‘como devo viver’ foi-se tornando uma questão central da modernidade tardia, radical ou avançada” (RODRIGUES, 2008, p. 318).

Gaules (2020), exemplifica tal constatação no momento em que descreve como imagina suas *lives*, nas quais busca a compreensão do novo e a quebra do tradicional, afirmando ser um dos seus objetivos “assistir junto”, quando propõe transmitir competições ou jogos, fugindo do técnico e trazendo uma visão mais humanizada do ambiente virtual. Além disso, é reforçado pela maneira em que conduz seu canal a ideia do manter-se conectado, apresentando as

⁴¹ Informação disponível em <https://www.theenemy.com.br/esports/free-fire-nobru-fatura-ate-r-2-mi-por-mes-na-twitch-revela-revista>. Acesso em 21 de Abril de 2022.

⁴² Informação disponível em <https://tropafreefire.com.br/noticia/nobru-foi-o-streamer-de-free-fire-mais-assistido-na-twitch-em-marco>. Acesso em 20 de Abril de 2022.

características de um novo estilo social, no qual se caminha para um cotidiano totalmente virtual, esperando-se que esteja sempre online, o que, para além dos limites de acesso, caracteriza uma grande parcela da juventude, reforçando a cultura de massa através do produto cultural, estilo de vida, que é estritamente determinado pelo caráter industrial de um lado e o consumo diário do outro (MORIN, 1962). Mesmo focando nos jogos virtuais, o *streamer* não se isenta da influência de um mercado gigantesco promovido pelos jogos tradicionais, utilizando os mesmos como estratégia mercadológica, ao mesmo tempo que é utilizado de sua influência para a inovação das transmissões, atualizando o meio de veiculação.

Ao apresentar as relações estabelecidas dentro do ambiente virtual, destacam-se relações de trabalho os quais promovem o questionamento quanto à transformação de um ambiente dito de lazer e promotor de interações sociais, como um campo profissional, sendo diversos os fatores que contribuem para o surgimento desse, como a inserção de trabalhadores no mercado, sendo o lazer com alto potencial (MORIN, 1962). O *streamer* Coringa apresenta em sua fala algumas adversidades presentes no processo de inserção no campo em questão

“Choque de realidade fudido, porque tipo assim, isso acontece com muita gente hoje, principalmente gamer, que eu vejo essa realidade, que a galera ama o que faz, quer, tipo, seguir carreira, só que mano, tem conta chegando em casa, tem família que não acredita, e como que cê fala assim: mano, eu tenho que convencer meus pais de uma parada que nem eu mesmo tô acreditando tanto, tá ligado? Que a realidade bate pra todo mundo.” (LOUD CORINGA..., 2021)

Assim, Coringa encontrou no eSport um meio para se tornar um influencer, apresentando a questão da saúde mental como considerável na continuidade de uma carreira no ambiente virtual, que dentro de uma flexibilização das condições laborais (Ferreira, 2019) extingue limites e resultam em inúmeras horas de dedicação. Indaga-se, dessa maneira, quais são os requisitos que tornam um jovem um influencer, diante de tamanho acesso a TICs e sendo uma mínima parcela que se destaca no ambiente.

Associa-se o surgimento de tais profissões à alternativa à uma escassez de vagas diante do mercado formal, assim como as poucas oportunidades fornecidas à população juvenil (FERREIRA, 2019), aventurando-se essa população em profissões que não os isenta do enfrentamento de problemas potenciais, como a própria subsistência, evidenciando cada vez mais os riscos e instabilidades diante dela. Tal condição mostra-se também como resultado das políticas de austeridades, que de acordo com Rossi, Dweck e Arantes (2018), defende-se um

ajuste fiscal por parte do governo, diante da desaceleração econômica e aumento de dívidas públicas, optando por redução de gastos em detrimento do aumento de impostos, mostrando-se na verdade como “uma resposta às demandas do mercado e das elites econômicas à custa de direitos sociais da população e dos acordos democráticos” (ROSSI, DWECK e ARANTES, 2018 p.28).

O *streamer* Nobru apresenta em sua trajetória esses desafios, na qual o pai, já lidava com a escassez de oportunidades, identificando no esporte o meio de modificação de contexto. Para além do surgimento de novas profissões, como forma de desviar de barreiras impostas e descritas anteriormente, a instauração em determinados trabalhos não é determinante de estabilidade, destacando-se os desafios em relação ao que é exigido pelo meio para se manter em alta e viabilizar a profissão, atuando Nobru como *streamer* e pro-player, sendo constante a necessidade de inovação, assim como a volatilidade desse meio, estando o *streamer* imerso nele. Além disso, diante do seu itinerário, encontra-se uma falsa sensação de proximidade e alcance de determinado estilo de vida apresentado pelo influencer, o qual não está verdadeiramente ao alcance de todos.

Na perspectiva da terapia ocupacional social, tal discussão se faz importante, considerando a necessidade de compreensão dos modos de vidas juvenis, assim como a possibilidade de intervenção com o grupo, sendo abordado por Barreiro (2019) como a busca pelo rompimento de padrões estabelecidos e a veiculação de informações sobre os aspectos predominantes das redes sociais digitais, buscando possibilidades de criação de ações contra tais, estando relacionados ao interesse do grupo.

É possível concluir que os influenciadores digitais representam um perfil juvenil, assim como oportunidade de novas profissionalizações em ambientes com forco inicial no lazer e entretenimento, as quais surgem como alternativas à escassez de vagas de trabalhos formais, resultantes das políticas de austeridades. Tamanha representação resulta em ampla movimentação populacional, resultando em altos índices de acessos e seguidores, representando uma cultura de massa e a exploração do mercado em questão por grandes indústrias.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A juventude se mostrou bastante relativa, isso por se encontrar em constante construção e amplas singularidades. O avanço tecnológico além de inquestionável, está cada vez mais presente no cotidiano juvenil, o que lhe agrega diferentes possibilidades de significação, estando os jovens mais imersos nos ambientes virtuais, assim como nos jogos virtuais. Os resultados possibilitaram a compreensão da ressignificação dos ambientes virtuais pelos jovens, devido a Internet, que por muito tempo foi associada ao lazer por essa população, mostrar-se como uma verdadeira ferramenta de trabalho com alta adesão. Porém, determinado movimento está também associado as consequências sofridas diante de um histórico de várias políticas de austeridades, havendo os jovens, frente a escassez de vagas profissionais formais, buscarem novos meios de profissionalização.

Analisado do perfil dessa população, os *streamers*, como digitais influencers, ao compartilharem seus cotidianos, influenciam e estimulam um estilo de vida, assim como a profissão que possuem. Porém, diante de uma cultura de massa, na qual pessoas seletas encontram-se no topo, a maioria da população mostra-se desassistida, sendo vítima da escassez de políticas sociais, assim como o progresso de determinadas políticas de austeridades.

A compreensão e estudos voltados para essa população mostra-se cada vez mais necessários, devido a sua mutabilidade, assim como os ambientes virtuais, que diante dos avanços e uso, tem sido o âmbito de novos nativos digitais, os quais exigem a conhecimento do meio em que estão inseridos.

O trabalho conclui que a imersão dos jovens no ambiente virtual é fato, estando os dispositivos eletrônicos como próteses à tais, porém expõe também uma população com poucas oferta de vagas de trabalho formais, sobre consequências de várias políticas de austeridades, a qual busca basear-se e aplicar perfis elaborados por grandes influenciadores, incentivadas a acreditar em pré-requisitos mínimos, que ignoram contextos, assim como inúmeras condições de vulnerabilidades sociais, representando cada vez mais forte uma cultura de massa..

Vale ressaltar que se tem como objetivo dar continuidade as investigações com determinada população, perante o estudo apresentado. Assim, além de ser possível analisar um perfil juvenil, levantou-se questionamentos condutores de investigações futuras sobre os ambientes virtuais, as relações estabelecidas com eles e os impactos diante de uma população

sem amplo acesso, pelos quais se buscará conduzir outras contribuições científicas para a população.

6 REFERÊNCIAS

ALCARÁ, Adriana Rosecler et al. **As redes sociais como instrumento estratégico para a inteligência competitiva**. Transinformação, v. 18, p. 143-153, 2006.

AVELINO, Artur Queiroz. **Comportamento de consumo do serviço de gaming live stream no Brasil. 2018**. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

BARREIRO, Rafael Garcia. **Entre redes: juventudes, ambientes virtuais e vidas entretidas**. 2019. Tese (Doutorado em Terapia Ocupacional) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/12048>.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

CBeS, Confederação Brasileira de eSports. **História do eSports**. Disponível em: <http://cbesports.com.br/>. Acesso em 20 Fev. de 2021.

DA, comitê gestor da internet no Brasil. Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2019**. Disponível em: <https://www.cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-tic-domicilios-2018/>. Acesso em 30 Fev. 2021.

DE MEDEIROS SANTOS, Samir Magoya; DA SILVA, Pablo Petterson Praxedes; DOS SANTOS, Joseyson Fagner. Gabriela Pugliesi: uma análise sobre o marketing de influência na rede social Instagram. Intercom, Caruaru, PE, 2016.

EHRENBERG, Alain. O Culto da Performance – da aventura empreendedora à depressão nervosa. Trad. Pedro F. Bendassolli. São Paulo: Ideias e Letras, 2010.

FERREIRA, Vítor Sérgio. Jovens e gerações em tempos de crise: entre Portugal e o contexto global. **Juventudes em Movimento: Experiências, Redes e Afetos**, p. 34-68, 2019.

FERREIRA, Vítor Sérgio. Ondas, cenas e microculturas juvenis. **PLURAL: Revista do Programa de Pós-Graduação**, v. 15, p. 99-128, 2008.

FUCHS, C. Internet society. New York: Routledge, 2008.

GAULES - Flow Podcast #117. Entrevistado: Gaules. Entrevistadores: Igor3k e Monark. Flow Podcast: 13 Mar. 2020 .Podcast. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vStgnVQtyeA>. Acesso em: 29 out. 2021.

GOMES, Christianne L. Verbete Lazer – Concepções. In: GOMES, Christianne L. (Org.). **Dicionário Crítico do Lazer**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, p.119-126, 2004.

GONZALEZ, Zuleika Kohler; DE FÁTIMA GUARESCHI, Neuza Maria. Discursos sobre juventude e práticas psicológicas: a produção dos modos de ser jovem. Brasil. **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud**, v. 6, n. 2, 2008. Disponível em: <http://revistaumanizales.cinde.org.co/rllcsnj/index.php/Revista-Latinoamericana/article/view/235>. Acesso em: 30 mar. 2021.

GOYETTE, Isabelle et al. e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, v. 27, n. 1, p. 5-23, 2010.

HENNING-THURAU, Thorsten. **Motive des lesens von kundenartikulationen im internet: theoretische und empirische analyse**. In: *Konsumentenverhalten im Internet*. Gabler Verlag, 2004. p. 171-193.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua PNAD Contínua**. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2021/03/desemprego-pnad-trimestral-2020-1-mar2021.pdf>. Acesso em 15 de Maio de 2021.

KARHAWI, I. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. *Revista Comunicare*. São Paulo, v.17, p.46-61, 2017.

KOZINETS, Robert V. Netnografia: a arma secreta dos profissionais de marketing. **Como o conhecimento das mídias sociais gera inovação**, 2010. Disponível em: http://kozinets.net/wp-content/uploads/2010/11/netnografia_portugues.pdf. Acesso em 27 abr. 2021.

LOUD CORINGA - Podpah #246. Entrevistado: Coringa. Entrevistadores: Igor Cavallari e Thiago Marques. Podpah: 05 Out. 2021. Podcast. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6Mv4ujxyjuk>. Acesso em 7 Out. 2021.

LOUD CORINGA - PROGAMA EU FICO LOKO #47. Entrevistado: Coringa. Entrevistadores: Christian Figueiredo. Eu fico loko: 30 Dez. 2020. Podcast. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=y67lCFD8jJg>. Acesso em 4 Out. 2021.

MARIANO, Ari Melo et al. Tornando-se um Digital Influencer: Um Estudo dos Fatores que Influem em sua Concepção. In: **AEDEM International Conference**. 2017. p. 546-564.

MASCARENHAS, F. Em busca do ócio perdido: idealismo, panacéia e predição histórico à sombra do lazer. In: PADILHA, V. *Dialética do lazer*. São Paulo: Cortez, 2006, p. 75-103.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX*. Rio de Janeiro: Forense, 1962.

NOGUEIRA, Q.W.C. Esporte, desigualdade, juventude e participação. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*. Florianópolis, v. 33, n. 1, p. 103-117, 2011.

PAIS, José Machado; FERREIRA, Vítor Sérgio. *Tempos e transições de vida: Portugal ao espelho da Europa*. ICS. Imprensa de Ciências Sociais, 2010.

REED, Kirk et al. The meaning of occupation: Historical and contemporary connections between health and occupation. **New Zealand Journal of Occupational Therapy**, v. 60, n. 1, p. 38, 2013.

RODRIGUES, Walter José dos Santos. Cidade em transição: nobilitação urbana, estilos de vida e reurbanização em Lisboa. 2008.

ROSA, Hartmut. Aliénation et accélération: vers une théorie critique de la modernité tardive. La découverte, 2017.

ROSSI, Pedro; DWECK, Esther; ARANTES, Flávio. Economia política da austeridade. Rossi, Pedro e cols. Economia para Poucos: impacto social da austeridade e alternativas para o Brasil. São Paulo: Autônoma Literária, 2018.

SEVERIANO, M. F. V. A Juventude em tempos acelerados: reflexões sobre consumo, indústria cultural e tecnologias informacionais. Revista de Ciências Sociais - Dossiê Política & Trabalho. Fortaleza, n. 38, p. 271-286, 2013.

SILVA, Jason Lima da. **Geração Millennials: Valores no trabalho, Engagement e Intenção de Turnover**. 2020. Tese de Doutorado.

SOUZA, A.A. Debates sobre cultura, cultura popular, cultura erudita e cultura de massa. In: XII CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO NORDESTE, 2010, Campina Grande. Anais do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Campina Grande: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. p.1-14.

STADLER, Bruno. DotA 2: como funciona o cenário competitivo do jogo. Disponível em: <https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/dota-2-como-funciona-o-cenario-competitivo-do-jogo.ghml>. Acesso em 21 jan. 2022.

TARTAGLIA, Rafael. Free Fire: como funciona, personagens, mapas, armas e mais. Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/free-fire/noticia/free-fire-como-funciona-personagens-mapas-e-armas-veja-tudo-sobre.ghml>. Acesso em 12 mar 2022.

TOMAÉL, Maria Inês. **Redes sociais, conhecimento e inovação localizada. Informação & Informação**, v. 12, n. 1esp, p. 63-86, 2007.

TOMAZ, R. A geração dos Millenials e as novas possibilidades de subjetivação. *Communicare*. São Paulo, v. 13, n. 1, p. 99-110, 2013.

TRANCOSO, Alcimar Enéas Rocha; OLIVEIRA, Adélia Augusta Souto. Aspectos do conceito de juventude nas Ciências Humanas e Sociais: análises de teses, dissertações e artigos produzidos de 2007 a 2011. **Revista Pesquisas e Práticas Psicossociais**, v. 11, n. 2, p. 278-294, 2016. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-89082016000200002&lng=pt&nrm=iso. Acesso em 30 mar. 2021.